

Revista Internacional de

FOLKCOMUNICAÇÃO
FOLKCOMUNICACIÓN

2003 / Número 1



REVISTA INTERNACIONAL DE FOLKCOMUNICAÇÃO
REVISTA INTERNACIONAL DE FOLKCOMUNICACIÓN

Revista científica virtual da Rede de Pesquisa em Folkcomunicação – Rede Folkcom.

Publicada em parceria com Instituto de Educação Superior de Brasília – IESB, o Museu da Imprensa de Portugal e a Cátedra Unesco/UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, em colaboração com o Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e os Grupo de Estudios de Folkcomunicación de ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, FELAFACS – Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comuniación Social, LUSOCOM – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação e IBERCOM – Asociación Iberoamericana de Comunicación.

EXPEDIENTE:**Rede Folkcomunicação*****Presidente:***

Profa. Dra. Cristina Schmidt (SP)

Diretoria Executiva:

Marlei Sigrist (UFMS), Rosa Nava (UNIMONTE), Maria Cristina Gobbi (UMESP)

Presidente Honorário:

Prof. Dr. José Marques de Melo (UMESP)

Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB)***Diretora-Geral:***

Profa. Dra. Eda C. B. Machado.

Coordenador do Curso de Comunicação Social:

Prof. Dr. Sergio Dayrell Porto

Coordenadora do Curso de Comunicação Institucional e Relações Públicas:

Profa. Dra. Elizabeth Pazito Brandão

REVISTA INTERNACIONAL DE FOLKCOMUNICAÇÃO***Editores:***

Antonio Teixeira de Barros (UniCEUB/IESB)

Severino Alves de Lucena Filho (UFPB)

Editores Associados:

Luiza Elayne Correa Azevedo (UFPA), Maria Cristina Gobbi (UMESP), Marlei Sigrist (UFMS), Osvaldo Trigueiro (UFPB), Rosa Nava (UNIMONTE), Rossana Gaia (CEFET-AL), Samantha Castelo Branco (UniFIAM), Sebastião Breguez (UFV).

Projeto Gráfico:

Marcelo Júdice (IESB)

CONSELHO EDITORIAL:

Antonio Hohlfeldt (Brasil)

Carlos Nogueira (Portugal)

Cristina Schmidt (Brasil)

Daniel Jones (Espanha)

Eduardo Namburete (Moçambique)

Esmeralda Villegas (Colômbia)

Marcelo Guardia (Bolívia)

Jorge Gonzalez (México)

José Marques de Melo (Brasil)

Joseph Luyten (Brasil)

Luis Humberto Marcos (Portugal)

Roberto Benjamin (Brasil)

Proposta Editorial

A Revista Internacional de Folkcomunicação destina-se a divulgar trabalhos de pesquisa e reflexões realizados por pesquisadores associados à Rede Folkcom, investigadores independentes, estudantes de graduação e pós-graduação, especialmente dos países lusófonos e ibero-americanos.

ESTRUTURA DA REVISTA:

- 1 – Ensaios (Comunicações de pesquisas científicas)
- 2 – Artigos (Trabalhos de iniciação científica)
- 3 – Comentários (Reflexões sobre fenômenos folkcomunicacionais)
- 4 – Resenhas (Análises de publicações ou de eventos)
- 5 - Notícias (Registro das atividades da Rede Folkcom ou de entidades similares)
- 6 – Galeria Folk (Fotos, quadrinhos, desenhos e outros registros gráficos)

NORMAS PARA PUBLICAÇÃO:

Os textos deverão ser escritos em Times New Roman, corpo 10, espaço simples, com o seguinte número de páginas:

- 1- Ensaios e Artigos - 8 a 15 páginas
- 2 – Comentários e Resenhas - 3 a 5 laudas.
- 3 – Notícias – 1 a 2 laudas

O título do texto deve ser grafado em corpo 12, negrito, caixa baixa e centralizado. Abaixo do título deve constar os dados de identificação dos autores. Em seguida um resumo de 5 a 10 linhas e a indicação de 3 a 5 palavras-chave.

O corpo do trabalho (no caso dos itens 1 e 2) deve conter: introdução, metodologia, análise, conclusões e referências bibliográficas. As citações devem seguir o padrão autor, data, página (evitando o uso de notas de rodapé, exceto quando se trata de notas explicativas ou informações adicionais). As referências bibliográficas devem seguir o padrão das normas da ABNT.

Além do texto, os autores devem explicitar sua autorização para a publicação do texto. Em caso de vários autores, cada um deve enviar mensagem autorizando a publicação separadamente.

O Conselho Editorial pode recusar o texto ou pedir modificações.

Os textos devem ser enviados por e-mail para:

abarros@iesb.br

ou

lucenafolk@bol.com.br

Apresentação

A Revista científica virtual da Rede de Pesquisa em Folkcomunicação – Rede Folkcom, publicada em parceria com Instituto de Educação Superior de Brasília – IESB, a Cátedra Unesco / UMESP de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e outras instituições, apresenta seu primeiro número, referente ao primeiro quadrimestre de 2003.

A proposta editorial da Revista Internacional de Folkcomunicação é divulgar trabalhos de pesquisa e reflexões realizados por pesquisadores associados à Rede Folkcom, investigadores independentes, estudantes de graduação e pós-graduação, especialmente dos países lusófonos e ibero-americanos. Com isso, pretendemos conferir maior visibilidade ao campo específico da Folkcomunicação no Brasil, na América Latina e nos países lusófonos.

O suporte digital, a nosso ver, contribui em muito para facilitar o acesso aos textos e, conseqüentemente, fomentar o debate entre todos aqueles interessados nos estudos folkcomunicacionais. Outra vantagem do periódico eletrônico é permitir aos estudantes de graduação que tomem conhecimento das pesquisas que estão sendo realizadas na área. Isso, sem dúvida, contribuirá para renovar o campo da Folkcomunicação, ao incentivar novas gerações de pesquisadores.

Esperamos contar com muitos colaboradores nos próximos números.

Os Editores

Sumário

Proposta Editorial.....	4
Apresentação.....	6

Artigos e Ensaio

Música Folklórica en la Industria Cultural Marcelo Guardia Crespo	8
Folkcomunicação em Portugal: a esfera permeável da literatura oral Carlos Nogueira.....	18
Folkcomunicação, contribuição brasileira à Teoria da Comunicação José Marques de Melo	28
Devoções populares não-canônicas na América Latina: uma proposta de pesquisa Roberto Benjamin.....	41
O folheto de circunstância: 11 de setembro em cordel Maria Alice Amorim	48
A fotografia como processo folkcomunicação Cristina Schmidt Silva.....	56
Marujada de B (pa): (des)construções e construções Luíndia Azevedo, L.E.....	64
A menina sem nome: um espaço de comunicação folk José Xavier dos Santos	74
João, Manoel, Maciel Salustiano: três gerações de artistas populares e sua comunicação com o massivo na perspectiva da reconversão cultural Mariana Mesquita.....	79

Comentários

Turismo religioso popular: um cenário folkcomunicação Severino Alves de Lucena Filho.....	98
Os estudos de folkcomunicação hoje no Brasil Sebastião Geraldo Breguêz.....	105

Música Folklórica en la Industria Cultural

Marcelo Guardia Crespo
Universidad Católica Boliviana-Cochabamba
guardia@ucbcba.edu.bo
Bolivia

RESUMEN: Este trabajo pretende demostrar que la música popular, en sus dimensiones folklórica y autóctona, experimenta radicales transformaciones de orden formal y de contenido cuando se inserta en los procesos de producción y difusión masiva en las sociedades contemporáneas. Para ello, concentramos una descripción cualitativa de la música llamada autóctona en la región andina de Bolivia en base a contribuciones de la etno-musicología andina y observaciones propias. Así podemos apuntar las siguientes características como "fuertes" de este tipo de música: producción ritualizada; producción colectiva; concepción de tiempo cíclico. Cuando se produce el encuentro con la industria cultural, estas características son transformadas para su difusión, puesto que no es posible trasladar la complejidad de esta manifestación estética, científica y ritual a un sistema fragmentado de producción de bienes simbólicos que funciona atendiendo a las reglas del mercado. Por tanto se producen las siguientes adaptaciones: descontextualización espacio temporal; fragmentación de la dimensión estética, la religiosa y la científica; la concepción cíclica del tiempo es convertida en tiempo lineal en una pieza con inicio y fin determinados; baladización de la música, la instrumentación es adaptada a la de la música occidental. De manera similar se producen transformaciones con la música folklórica. En ese caso, la homogenización se presenta en aspectos de forma y contenido. Sin embargo, no se puede tener un análisis completo de este fenómeno si no se toma en cuenta el proceso de comunicación generado tanto dentro como fuera de los sistemas de industria cultural y, en ese sentido, conocer la perspectiva de los sujetos protagonistas de estos fenómenos, que en estos casos son los productores de la música y especialmente los consumidores. Los cambios deben ser entendidos dentro de la dinámica cultural que si bien determina ciertas pérdidas, también permite ganancias y sobre todos redefine la dimensión comunicacional de la cultura sin destruirla.

La Música Popular en Bolivia es como un termómetro mediante el cual se puede medir lo que ocurre en el campo cultural del país y en los campos económico y político. Es por eso que se necesita analizar los fenómenos culturales en Bolivia, considerando las relaciones que implícita y explícitamente tiene la música con el resto de los factores que están presentes en la sociedad.

En este caso pretendemos analizar cómo la industria cultural interfiere en la producción de la música folklórica andina de Bolivia y en la llamada música autóctona. La motivación principal para este cometido es comprender las dinámicas culturales que sirven de base para la producción de música en las últimas décadas y también vislumbrar que ocurrirá en este campo en las próximas décadas.

Para comprender estos procesos debemos recordar cuál o cuales son los orígenes de lo que conocemos hoy como música popular boliviana. Por tanto, es necesario recordar la memoria y ver que los "campos de producción" de la música popular boliviana son producto de un proceso de interacción nacional e internacional rico, dinámico y permanente.

I. CAMPOS DE PRODUCCIÓN DE LA MÚSICA POPULAR EN BOLIVIA

Actualmente, y siguiendo la evolución de la producción cultural de los países de la región andina, podemos identificar, aunque solamente con fines didácticos que arriesgan la precisión de

análisis, la existencia de tres grandes campos de producción musical y cultural en Bolivia: el del mundo andino, el del mundo occidental y el mestizo.

1.1 Mundo andino

Pese a que pasaron muchos años de tentativas coloniales que sometieron y hasta extinguieron grandes pueblos y culturas, en Bolivia existen muchas comunidades quechuas y aymarás que conservan sus rasgos culturales con poca influencia de la cultura occidental o con una marcada presencia de estructuras formales y de contenido que tienen que ver con cosmovisiones milenarias.

Muchas comunidades mantienen sus formas de relacionarse con el mundo material, la sociedad, la naturaleza y el mundo sobrenatural y en esas relaciones la música juega un papel fundamental como propiciador de comunicación. La cosmovisión andina supone la existencia de vínculos de identificación y relacionamiento íntimo con la tierra, no podemos fragmentarla de sus dimensiones estética, científica y religiosa. Así, podemos afirmar que una de las principales características de la música andina, también llamada autóctona, es la concepción ritual, es decir su existencia en momentos ritualizados, festivos y religiosos.

Entre otras características tenemos el carácter grupal no solamente de su concepción, puesto que no existe ningún autor intelectual (individual), sino también de su ejecución que es grupal, colectiva (técnica dialogada). No existen autores y solistas. Todo es social. Por eso tampoco es posible distinguir la noción de espectáculo, presenta en la música occidental, donde podemos ver la separación actor/espectador.

La música andina y el empleo de determinados instrumentos responden a la celebración de las fiestas más importantes del ciclo agrícola. Tanto ritmos como instrumentos son usados de acuerdo a los ritos y las épocas de siembra, cosecha y almacenamiento. (lluvias y seca)

Técnicamente podemos afirmar el carácter monódico(unísono), de la música es la marca del ese carácter no moderno, propio de culturas que no tienen relación con la polifonía de la historia de la música occidental.

1.2 Mundo Occidental

La música traída por los europeos en épocas coloniales ya experimentaba un proceso de fragmentación consagrado en la exaltación del músico virtuoso, la separación actor/espectador, el

carácter contemplativo de la dimensión estética, la admiración por “lo bello”, la polifonía, armonía, el uso de registros como el pentagrama, las técnicas complejas de la afinación y exactitud racional de la organización del sonido y sobre todo el carácter individual de su concepción.

Actualmente esas características se mantienen en el espacio de la producción de la música occidental “no-boliviana”, si la clasificamos por su origen, además de un fenómeno importante surgido en este siglo: el mercado, es decir la necesidad de entrar en el sistema técnico económico de producción, difusión y consumo.

En esta vertiente encontramos como ejemplo la música ‘llamada’ clásica o erudita, el jazz, el rock, salsa cumbia etc, que tienen origen cultural geográfico identificado.

1.3 Mundo Mestizo

Desde que comenzó la conquista se inició el mestizaje. Así como hubo mestizaje biológico entre los andinos y los europeos, también hubo un rico proceso de mezcla cultural.

Esto no quiere decir que allí comenzaron a combinarse las formas musicales. Antes de la llegada de los españoles, la cultura y en particular la música se enriquecían a partir de la influencia de pueblos y grupos vecinos con los que entraban en contacto. La cultura siempre fue, es y será dinámica, a no ser que esté muerta.

En este campo tenemos todas las formas de música conocidas como folklórica, tradicional, la de los pueblos pequeños del país, desde el taquirari, la cueca, la morenada, el huayño y a infinidad de estilos que persisten y son creados por los músicos. El neo- folklore, que a diferencia del folklore tradicional, le da importancia a la autoría y tiene como principal característica de inserción en los sistemas de registro fonográfico y difusión masiva, también conocida como Industria Cultural.

El espacio de la producción de las fraternidades, en el que son recreados estilos tradicionales como la diablada, la morenada, recientemente la saya etc.

También se encuentra el espacio significativo, aunque con mucha relación con la vertiente occidental, de la cumbia boliviana, conocida también como música chicha, tropical, electrónica etc. Esta vertiente tiene en la cumbia su estilo básico, pero adopta lo mestizo boliviano de manera

privilegiada en estilos que van desde la cueca, el huayño, la saya, morenada y otros bailables que sirven para amenizar las fiestas.

Más hacia el polo de la música occidental están todos los tipos de experimentaciones musicales, tales como las diversas fusiones del jazz y el rock con el folklore, composiciones sinfónicas o electrónicas con elementos folklóricos, que tiene un carácter más elaborado, responden a actitudes de orden estético más profundo, por tanto más elitistas.

De estas líneas de producción en el mundo mestizo, debemos destacar por su importancia y representatividad, no sólo como producción sino también por lo que representa económica y culturalmente, en primer lugar a la “Cumbia boliviana” o chicha, porque es en este campo donde se produce más que en cualquier otro en la música nacional, porque es también allí donde se encuentran los más interesantes productos de hibridación creativa, y también porque es donde más existe actividad musical, movimiento económico y por tanto actividad cultural.

En un segundo lugar se debe destacar el campo de la música folklórica, vinculada al mercado, e decir el llamado “neo- folklore”, por ser el segundo espacio de importancia para la producción, innovación y creación de formas que retoman lo tradicional y lo adaptan a las nuevas condiciones de producción y difusión musical, inclusive provocando importantes movimientos y fenómenos de revalorización y modernización musical.

Luego está el de la música de fraternidades que, si bien no es un campo tan fuerte como los dos anteriores, tiene importancia al funcionar como una especie de escenario donde en momentos festivos se descubren las tendencias de la música nacional, en combinaciones en las que aparecen estilos hábil y curiosamente combinados de saya, huayño, morenada, cumbia, baladas, etc.

Los demás campos, aunque son muy ricos como propuesta renovadora, no llegan a la representatividad que supone trabajar con sistemas de asimilación de la demanda, no sólo de estilos, sino también de temáticas.

II. CONFLICTOS

Sin embargo la existencia de todos estos campos de producción musical en Bolivia es frecuentemente conflictiva. Uno de los factores, entre otros, que promueve esa conflictividad es la presencia de la Industria Cultural.

Las culturas andinas y el folklore están en un proceso que podría ser definido como de debilitamiento, en el que sus características formales y de contenido se van alterando gracias a su ingreso o adopción de los sistemas de industria cultural.

En realidad no se puede hablar de música en todos sus géneros, que no tenga que recurrir a la industria cultura para poder existir. La única música que tiene distancia con estos esquemas es la autóctona y algo del folklore de las zonas rurales del país.

2.1 IC y Música Autóctona

Varios son las incidencias de la IC en la música autóctona, cuando ésta entra al sistema de producción industrial, difusión masiva o tiene alguna aproximación a las cultura masiva.

La IC exigencia de adaptación a los formatos estandarizados de registro fonográfico, mutila el carácter cíclico del tiempo de manifestaciones puras.

Una de las características de la música andina es el carácter cíclico presente como estructura básica. Se trata de una necesidad de retorno o repetición del motivo o tema principal que está expuesto en períodos de tiempo largos que pueden durar horas y hasta días. Para la Industria Cultural el tiempo, tanto de producción como el de difusión, es concebido linealmente, por tanto tiene inicio y fin, además tiene valor mercantil. Por esa razón no se puede concebir una pieza producida en los marcos de esta industria con las características antes mencionadas, por tanto la única forma de poder producir y difundir un tema autóctono de región andina es recortándola a un tiempo estándar de 3 minutos aproximados, crear una introducción y un final; además de proporcionarle “arreglos” en el tema, (motivo) de la pieza. Eso refiriéndonos a grabaciones masa o menos respetuosas de las formas básicas de esta música.

Otro elemento importante como característica es que la música es monotemática, lo que permite la memorización y repetición a cargo de los miembros de las llamadas tropas que son grupos de 20 o 30 personas tocando los instrumentos. Este tema único, para entrar a una grabación industrial, en primer lugar es afinado, es decir, se uniformizan los sonidos hacia un afinado en base a la escala occidental de siete notas. Luego se coordinan los sonidos para lograr una ejecución ‘limpia’, sin desafinaciones, ni descompaginación por parte de los músicos. Es una suerte de ‘higienización’ de la música autóctona que le quita la espontaneidad y libertad propias de la manifestación original.

Otro elemento de pérdida formal es la descontextualización del tiempo y espacio originales.

Toda esta compleja manifestación hace parte de las representaciones culturales de las comunidades con elementos estéticos, porque se pueden entender como actos de embellecimiento de la materia natural; científicos, por cuanto son parte de celebraciones del calendario agrícola, lo que suponen actos de transformación de la naturaleza en beneficio de la comunidad y religiosos, por tratarse de rituales que contactan al ser humano con sus figuras y mundo mitológico. Por tanto estamos hablando de tiempos y espacios especiales, en los que ocurren reordenamientos simbólicos de la vida cotidiana.

Al entrar, esta manifestación, a la Industria Cultural, ocurre un quiebre con estos elementos. En primer lugar se fragmenta la unión estrecha entre estética, ciencia y mito, para privilegiar la primera, incorporando la dimensión comercial. A esto llamamos descontextualización, que arranca un aspecto del todo para convertirlo en algo ‘otro’ distinto, con otra función, otro contexto y otro uso.

Implícitamente está la separación actor espectador que originalmente no existía por cuanto el músico era también parte de la comunidad y viceversa. Aquí se separan los dos sujetos y se inaugura una relación que permite el goce estético y la contemplación de la obra de ‘arte’ por seres extraños a ella, además en contextos artificiales de reproducción de la grabación, ya no de presencialidad.

Un siguiente paso es la espectacularización de la música autóctona que convierte una manifestación compleja en mercancía, en objeto con valor de cambio.

Estos elementos tienden a una homogeneización de la producción cultural, pues todo tipo de manifestaciones culturales entran en moldes ajustados por la relación oferta y demanda del mercado. Lo invariante de la producción musical tiene formas que tienden a ser universales que son legitimadas por los medios de difusión masiva por cuanto al empresario de medios masivos, tampoco le interesa arriesgar el uso de su tiempo radial o televisivo en productos que no se encuadran en los moldes antes mencionados.

El sistema de Industria Cultural funciona sincrónicamente para permitir estas posibilidades de producción y difusión de bienes simbólicos.

2.2 La IC y el Folklore

Entendemos por folklore a toda la cultura popular que se transmite de generación en generación sin vínculos con el mercado ni sus sistemas de producción y difusión cultural.

Asimismo entendemos por neo-folklore a la cultura popular que entra a los sistemas de producción, circulación, difusión y consumo de la industria Cultural.

Al igual que en el caso de la música autóctona, el folklore también se ve afectado por la lógica de la IC en cuanto a aspectos formales y también de contenido.

Como define Adorno, la IC es un sistema que trabaja especialmente por la obtención de lucro en un sistema de mercado. Para ello, los empresarios invierten capital a fin de promover la producción de bienes simbólicos que atiendan las necesidades culturales de la población consumidora. Para ello, no existe preocupación sobre aspectos de cultura, identidad, características propias, etc. Al contrario, el parámetro comercial se guía por lo rentable.

En la música folklórica, la IC imprime una serie de marcas que las podemos ordenar de la siguiente manera:

Fuerte adaptación de formas musicales tradicionales. - Cuando las formas y contenidos no se ajustan a los patrones de la industria fonográfica y difusión masiva, se procede a una adaptación forzosa consistente en recortar tiempos, convertir formas monotemáticas en bitemáticas. Estructurar cuerpos coherentes y equilibrados en base a introducción, estrofa, coros, y repetición de lo mismo y final.

Estandarización hacia temáticas individualistas,- Consistente en la “baladización” de las canciones que se concentran en temas de amor, en dos posibilidades: encuentro amoroso o desencuentro siendo éste último el más frecuente. La balada latinoamericana es la base de canciones de las décadas 40, 50, 60 del siglo XX, en las que se privilegia el tema del amor con un tratamiento melodramático.

En la actualidad el fenómeno de la baladización es una tendencia que absorbe inclusive formas que originalmente no tenían ninguna relación con esa temática. Por ejemplo, el Chuntunqui, que es un villancico antiguo de las navidades rurales, ha sido incorporado a través de la IC al neo-folklore, incorporando los rasgos de canciones románticas. Actualmente es uno de los ritmos más importantes del neo-folklore boliviano.

Pareciera que la tendencia de la producción musical es la baladización tanto en forma como en contenido.

Desde un punto de vista semiológico se trata de temas con una fuerte marca de mensaje individualista, al no contemplar las temáticas colectivas antiguas, paisajismo, orgullo por la tierra, ni el tratamiento humorístico y vulgar del folklore, sino solamente problemas de orden individual o de pareja. Para sectores críticos de la cultura masiva serían contenidos ideológicos de una sociedad clasista.

Asimismo no se percibe ningún contenido ilustrador u orientador de la sociedad, por cuanto se podría afirmar que carece de sentido educativo o conscientizador que también muchos sectores esperan encontrar en el arte.

Posee todas las características del llamado arte de masas, producido en el mercado y condicionado por las reglas de oferta y demanda.

III La Necesidad de la Industria Cultural

Para muchos la presencia de la IC tiene un efecto perverso para la producción de la música autóctona y folklórica nacionales. El mercado no acaba de ser asumido como un espacio en el que también puede producirse buen arte.

A eso se suma que en Bolivia existen importantes sectores que incentivan esas discusiones porque gracias a ellas obtienen lucros de orden material y también de orden simbólico.

Se busca defender las esencias y purezas de la cultura y la identidad nacional, para legitimar políticas culturales xenófobas y aferradas a un pasado estático y sin dinámica. Con ello se gana prestigio y también dinero a través de la industria del turismo que convierte grandes manifestaciones culturales populares en museos vivientes.

Mientras esos sectores discuten sobre cultura y folklore, millares de consumidores de todas las clases sociales, escuchan música para acompañar sus actividades cotidianas.

Mientras los cultos se preocupan por las contaminaciones, los jóvenes enamoran con canciones tildadas de alienantes. Mientras poderosos señores se preocupan por los cambios que experimenta la música autóctona, campesinos de regiones andinas aprovechan todas las oportunidades posibles para ocupar espacios que durante siglos les fueron prohibidos.

Así, estos sujetos producen y escuchan música sin preocuparse por las esencias, inconsistencias, profundidades o simplezas de la música. Porque lo que les interesa es remarcar sus relaciones interpersonales reales, adornándolas con música, en rituales nuevos y viejos que les proporcionan satisfacciones explicables sólo por ellos mismos y no por ningún discurso racionalista que busca esencias pretendiendo insinuar que la música debería quedarse intacta en los refrigeradores de la historia.

Para ellos, ignorar el mercado y la IC es ignorar que fuera de ellos sólo queda el abandono y que la creatividad de productores y consumidores debe considerar seriamente la reformulación y apropiación de las posibilidades que ofrece este sistema.

Comprender la importancia de la IC en la Música no sólo debe ver el lado perverso de la desintegración y la incoherencia, sino la resignificación y apropiación de los bienes simbólicos en eventos muchos más ricos que los aferrados al pasado, pero que son importantes no tanto por su pureza, sino por las posibilidades de interacción (comunicación) que permiten.

Referencias Bibliográficas:

- ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. O Iluminismo Como Mistificação de Massa, In: ADORNO, T. A Indústria Cultural. In: COHN, G. Comunicação e Indústria Cultural. 5º ed. São Paulo, Queroz, 1987.
- BARBERO, Jesús Martín, De los Medios a las Mediaciones. México, Gustavo Gili, 1987.
- _____. Modernidad, Posmodernidad, Modernidades: Discursos sobre la Crisis y la Diferencia. Cali, Universidad del Valle (mimeo), 1991.
- BAKTHIM, Mikhail. A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento. São Paulo, HUCITEC, ed. UNB, 1987.
- BOSI, Alfredo. Cultura Brasileira. In: Mendes Trigueiro (coord.). Filosofia da Educação Brasileira. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1985.
- _____. Plural mas Não Caótico. In: Cultura Brasileira: Temas e Problemas. São Paulo, Atica, 1987.
- _____. Dialética da Colonização. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.
- BOUYSSÉ, Cassagne & HARRIS, Olivia. Pacha, en Torno al Pensamiento Aymara. In: Tres Reflexiones Sobre el Pensamiento Andino La Paz, Hisbol, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. El Espacio Social y la Génesis de las Clases. In: Estudios sobre las culturas Contemporáneas. n°7. Colima, septiembre, 1989.
- DIAZ GAINZA, José. Música Boliviana, La Paz. Puerta del Sol, 1977.
- GARCIA CANCLINI, Nestor. Las Culturas Populares en el Capitalismo, México, Nueva Imagen, 1982.
- GUARDIA, Crespo Marcelo; Música Popular y Comunicación en Bolivia: las interpretaciones y conflictos; segunda Edición; Cochabamba; UCB; 2001.
- _____. Mediaciones en la Mira; culturas populares, recepción, educación y desarrollo; en Rev Contribuciones; Buenos Aires; CIEDLA 1988.

_____, Comunicación Carnavalesca en Bolivia; Imaginario en tres Escenarios de Proyección; ponencia en el IV FOLKCOM; Universidade Federal de Mato Grosso do Sul; Campo Grande -Brasil; junio - 2001.

JAMBEIRO,Othon. A Canção de Massa: As Condições de Produção. São Paulo, Pioneira,1975.

MONTES, R.Fernando. La Máscara de Piedra: Simbolismo y Personalidad Aymaras en la Historia. La Paz, Quipus,1984.

MONSIVAIS,CARLOS. Notas sobre Cultura Popular en México, Historia General de México, vol. 4, el Colégio de México, 1976.

SIEGMASER,Elie. Música y sociedad. México, 2ºed. Colección Mínima,1980.

URBANO,Enrique (org.). Modernidad en Los Andes: Un Tema y Un Debate. (Introducción). Cuzco, CERA, 1990.

Folkcomunicação em Portugal: a esfera permeável da literatura oral

Carlos Nogueira*

Resumo: O intercâmbio entre o património *folk* artístico-verbal e os meios de comunicação de massa configura uma curiosa forma moderna de compatibilização entre o antigo, o integral ou residual da tradição oral, o progresso tecnológico acelerado e a voragem cada vez mais intensa da publicidade. Sinalizar, conhecer e estudar essa nova biblioteca ou videoteca oral, esses produtos simultaneamente arcaicos e modernos, compreendê-los no novo quadro social, histórico, económico, antropológico e cultural, significa interpretar melhor os valores simbólicos e psicológicos associados à voz humana, o homem moderno e a sociedade da informação. No espaço mediático português (e ibero-americano), a oralidade mediatizada mecanicamente, portanto diferida, adiada, prolongada, repetida no tempo e no espaço, interioriza a memória colectiva e ao mesmo tempo expressa-a, espacializa-a. É por isso que a voz, mais habitualmente do que a escrita, assume na poesia um discurso erótico explícito, a que modernamente se junta a força da imagem estilizada. A reiteração que caracteriza essas vozes mediatizadas despessoaliza-as, mas essa propriedade não lhes retira a sua vocação comunitária, o que significa que uma oralidade mediatizada que se alimente do folclore oral pertence assim, por direito, à cultura de massas.

Na supermediatizada sociedade portuguesa (europeia e não só) dos nossos dias, funde-se o tradicional antigo com o tradicional novo, quer dizer, o produto que, de certa forma, já nasce tradicional, porque radicado ou directamente descendente de um todo por natureza tradicional, como sucede com os enquadramentos publicitários de textos orais folclóricos ou com a sua estilização por parte de músicos e cantores bem preparados, com a divulgação de narrativas tradicionais ou de outras tipologias em suportes como a televisão, a rádio, a Internet, a cassette de vídeo ou de áudio, manuais escolares ou livros infantis (banda desenhada, ou edições ilustradas em verso ou prosa).

Num cotejo genérico com o sistema de práticas literárias consideravelmente activo até aos anos 70 do século XX – mais integrado e integrador, inclusivo e lento –, diríamos que a disseminação global de formas simbólicas promove hoje a produção de padrões de pensamento

* Centro de Tradições Populares Portuguesas “Prof. Manuel Viegas Guerreiro” – Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. <carlos_nogueira@aeiou.pt>

A presente comunicação deve muito ao referencial científico enformado pela teoria e pela metodologia folkcomunicação de Luiz Beltrão e seus seguidores, de entre os quais nos permitimos citar o nome do Prof. Marques de Melo, cujos estudos na área das ciências da comunicação e, em particular, da folkcomunicação têm iluminado os nossos mais recentes estudos sobre literatura oral / tradicional / popular portuguesa. É recente o nosso contacto com o pensamento de Luiz Beltrão – compreende apenas alguns dias, desde que, entre 1 e 4 de Maio, participámos, com uma comunicação sobre a literatura de cordel portuguesa, na V Conferência Brasileira de Folkcomunicação, consagrada à *Imprensa do Povo* –, pensamento com que, curiosamente, já comungávamos, a partir do momento em que começámos a querer detectar e compreender a comunicação artística de nível popular, nos seus moldes mais antigos como nas suas novas modalidades, particularmente as que se alojam ou são usadas pela indústria publicitária e cultural. Esta é para nós uma nova fase de estudos, aliciante e promissora, pelos caminhos e problemas da sociedade de informação e pelas linhas de pesquisa interdisciplinar das ciências da comunicação, com vista a um entendimento mais efectivo e totalizador das literaturas marginais ou marginalizadas. Literaturas, como se sabe, ainda muito prejudicadas nos circuitos académicos oficiais por preconceitos ideológicos, políticos, socioculturais e estéticos.

cultural muito mais fragmentados, sujeitos a questionamento e a derivações generativas que não contrariam o processo activo que sempre é a tradição. Outrora veiculados através da oralidade momentânea ou de objectos impressos de consumo popular como os folhetos ou as folhas volantes, os universos culturais simbólicos, digamos, em vez de folclóricos, patrimoniais, para evitarmos a ambiguidade do termo “folclore”¹, conhecem, na sociedade ultramediada pós-moderna, um tratamento cada vez mais calculado, em obediência a objectivos propagandísticos ditados pelas regras do mercado capitalista. Mas nem por isso, *mutatis mutandis*², o seu papel é menos relevante na nossa aldeia global, pautada pela internacionalização da cultura, processo estribado em valências que acabam por garantir a continuidade de traços culturais que, de outra forma, não teriam validade, ou teriam menos legitimidade, no mundo pós-moderno. Não é outra a função desempenhada pela edificação antes de mais memorística (e nalguns casos, quando apressada, fraudulenta) decorrente da acção dos ranchos folclóricos, muito dependentes da indústria do entretenimento, que trazem a oralidade literária para uma espécie de palco teatral, numa actuação que, tendo perdido o valor ritual festivo que ao mesmo tempo transcendia o sentido grupal e individual, interioridade e colectividade, é deslocada para um novo estádio evolutivo, com sentido, em primeiro lugar, para aqueles que nela intervêm como actores reais.

A princípio, sobretudo no Brasil, um instrumento das elites, a televisão tornar-se-ia progressivamente um espaço de resgate do folclórico e, com ela, outros meios de comunicação social, como a rádio, o cinema, a imprensa falada e escrita, a rede digital, responsáveis, não pela morte dos segmentos folclóricos, como muitos vaticinavam (e ainda vaticinam), mas pela sua

¹ Independentemente da forma mais ou menos flexível como encaremos os termos contíguos ou, nalgumas propostas, sinónimos de folclore, como “cultura”, “cultura popular”, “cultura de massa” e “património cultural” (expressão mais neutra, que, segundo a UNESCO, no nosso ponto de vista com legitimidade, deveria substituir o termo “folclore”, criado por William John Thoms, e divulgado pela primeira vez em 22 de Agosto de 1846 na revista *The Atheneum*, numa altura em que poucos se preocupariam com a recolha e o estudo das múltiplas subculturas), há vectores que não podem deixar de figurar numa conceituação que não falseie alguns dos pressupostos básicos desse universo inabarcável, na sua espantosa diversidade e contínua mutação: a aceitação e o reconhecimento colectivos; a tradicionalidade, que implica anonimato e um espectro temporal considerável, sem fronteiras cronológicas precisas, capaz de permitir o enraizamento de ideologias, pensamentos, idiosincrasias, objectos, usos e costumes no complexo da prática sociocultural, traduzível, muitas vezes, como no folclore literário, em variantes que asseguram o movimento das partes que compõem o todo cultural; funcionalidade, no sentido de uma relação comunicativa profícua com o meio, conhecido ou desconhecido (por exemplo, objectos decorativos ou instrumentais, como bonecos de barro que figuram pessoas empíricas ou entidades religiosas ou mágicas, colares, espanta-espíritos, etc., ou, no património verbal devocionário, as orações, os ensalmos e os conjuros, que pretendem agir sobre o misterioso, o sobrenatural); e dinamismo, na acepção de equivalências e constantes complicitades com os novos tempos. De entre os estudos que abordam esta questão, cf. Alan Dundes, *The Study of Folklore*, N. J., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1965, p. 2; e Américo Pellegrini Filho, *Comunicação Popular Escrita Mundial – O Processo*, São Paulo, Edição do Autor, 1998, p. 11 e ss.

² Num apontamento lúcido, o poeta Antônio Américo de Medeiros, já com mais de trinta anos de escrita cordelística, refere-se deste modo à importância do cordel brasileiro: “A cultura nordestina/ Manda que toda nação/ Entenda o que é cordel/ Recordando a tradição/ Isto é para provar/ Como foi nosso lugar/ O tempo muda a feição” (*Os Mestres da Literatura de Cordel*, Fortaleza – Ceará, Editora Tupynanquim).

modernização participada, pragmática, e, diríamos, não necessariamente programada (de onde, pensamos, o principal mérito dessa redistribuição do património comum, mesmo que apenas local ou, mais propriamente, nas multiplicadas pormenorizações locais, sempre dependentes de uma matriz comum).

Nos objectos publicitários, o segmento literário obedece a uma brevidade poético-musical que garante a sua funcionalidade – o texto oral, literário ou não, mas sobretudo o primeiro, sob pena de ruir logo ao nascer, é um texto antes de mais persuasivo –, seja nas vozes que ecoam desde o fundo cultural comunitário, seja nas vozes criadas originalmente para o registo mediático (visual-sonoro ou impresso), de onde podem libertar-se para viver na oralidade. O caso do slogan criado por Fernando Pessoa para a coca-cola, nos inícios do século XX – “Primeiro estranha-se, depois entranha-se” –, ou o sugestivo “Há mar e mar, há ir e voltar” de Alexandre O’Neill, hoje clássicas formas breves, ilustram de forma plena esta tendência irrepreensível de renovação sucessiva do caudal oral literário que independentiza a idiossincrasia de uma comunidade ou de um país. Caudal que, no que concerne à simbiose entre o antigo comunal e o novo autoral, muito deve a figuras tutelares como José Afonso, Vitorino, Fausto, Isabel Silvestre ou Sérgio Godinho, com congéneres brasileiros de não menor qualidade e importância (ao funcionarem como representantes dessa cultura pop que atravessa classes sociais, desfazendo a cisão culto-popular), como Chico Buarque, Caetano Veloso e Elba Ramalho. Nas obras férteis e diversificadas destes cantautores, o substrato ideológico-cultural mais ou menos invariante da população – o intimismo, a religiosidade (mesmo que difusa, intraduzível, imperceptível), a atenção concedida ao belo, nas suas diversas formas, concepções humanistas básicas, como a justiça, a honestidade, a luta por valores ético-morais universais – articula-se com os novos valores de cidadania, de que as metamorfoses operadas entre o binómio masculino/feminino constitui talvez o paradigma mais revolucionário. Se essa intercessão se faz com especial argúcia pela via dos conteúdos, a parte estrutural e formal não é menos importante no palpitante mundo moderno, que não dispensa leis básicas da tradicionalidade literária, como a clareza conceptual (sem que com isso o texto surja destituído de ambiguidade, um dos principais mecanismos produtores de poeticidade), o ritmo e a rima cantantes, símbolos e imagens radicados na identidade do grupo ou dos grupos.

O património tradicional mediatizado insere-se num fundo cultural sólido que podemos designar de supercultura³, no sentido de um nível em que se movem formas dinâmicas – objectos

³ Para o desenvolvimento deste conceito funcional, cf. James Lull “Multiculturalismo y la supercultura”, in Círculo Maria Krohling Peruzo e José Benedito Pinho (orgs.), *Comunicação e Multiculturalismo*, Intercom 2000, São Paulo/Manaus, Intercom, Universidade do Amazonas, 2001, pp. 61-97.

mediáticos, publicitários, de conformação estético-literária – que promovem o auto e o hetero-entendimento, os sentimentos de pertença e de identidade, numa reconfiguração acelerada do espaço simbólico-cultural. Se é evidente que a literatura de transmissão oral antiga (embora a evolução sempre se tenha processado) tende a desaparecer enquanto fenómeno de comunicação interpessoal e comunicacional intensivo, num dado tempo e num dado lugar, não é menos verdade que o alcance sociológico da questão não é tão linear como pode parecer. Repetimos que a esta arte com um significado estético muito particular não estão vedados os circuitos de massificação informativa e de lazer modernos. Nas novas formas e funcionalidades assumidas pela literatura oral, como também a cultura popular genericamente considerada, intervém um refinamento que se apropria da essência da beleza desses objectos literários que não esgotaram a sua força estético-comunicativa. Seríamos muito ingénuos e crédulos se pensássemos que a literatura oral poderia ou deveria continuar a ser uma reprodução exacta das formas cristalizadas nas muitas colectâneas existentes (escritas, sonoras ou audiovisuais) de que dispomos. Mas, curiosamente, o discurso nostálgico comum entre os estudiosos do século passado, alguns deles ainda enérgicos em produção, passou para não poucos dos mais jovens pesquisadores de cultura literária tradicional, como se pode perceber facilmente em publicações do género e em discursos pronunciados em colóquios, conferências, encontros. Em 1974, Renato Almeida escrevia um belicoso parágrafo a propósito dos cantadores populares brasileiros e da literatura de cordel brasileira, insurgindo-se contra a contaminação do folclórico pelo urbano:

Nós os vemos reproduzidos hoje nos nossos cantadores, cuja arte contudo é das mais ameaçadas pelo impacto da civilização material. Vão perdendo sua função e diminuindo o seu interesse. E – o que é pior – eles próprios se deixam influenciar pelas cidades, vêm se exhibir nas capitais, nos rádios e televisões, conspurcam sua pureza e se tornam atores. Estão fazendo da literatura de cordel, para a qual ambicionam copyright, instrumento lucrativo. Não é só a civilização que os desloca, eles mesmos ambicionam incorporar-se à civilização, transformando a vida andeja e boêmia, hoje aqui e amanhã ali, em profissão organizada, talvez com sindicatos e protecções trabalhistas... É esse um dos sectores mais ameaçados, inclusive por uma série de mistificadores, sem contar com os empresários, que já os levaram até a cantar para propaganda eleitoral⁴.

⁴ *A Inteligência do Folclore*, 2.^a ed., Rio de Janeiro, Companhia Editora Americana / Instituto Nacional do Livro/MEC, 1974, p. 79.

Vários erros prejudicam este bloco textual, suficiente por si só para inviabilizar a criatividade do título da obra – A Inteligência do Folclore – que, de outra forma, resumiria perfeitamente o valor e a capacidade de reinvenção constante do que entendo por folclore⁵. Mesmo acreditando que o autor já terá reformulado a sua visão de um fenómeno que se caracteriza mais pela renovação do que pelo apagamento, mais pela destreza acutilante do que pelo estatismo, devemos assinalar que uma posição assim extremada esquece uma das mais interessantes e visionárias ideias de Luiz Beltrão: a ideia de que a folkcomunicação não suporta fronteiras estanques entre o popular e o massivo, o urbano e o rural, princípio basilar nos seus escritos sobre Comunicação e, em particular, na sua tese de doutoramento, intitulada Folkcomunicação – Um Estudo dos Agentes e dos Meios Populares de informação de Fatos e Expressão de Idéias⁶. As mais recentes produções cordelísticas provam que o empreendimento folkcomunicacional associado ao cordel tem sido estimulado pelas novas tecnologias, permitindo, por exemplo, a divulgação em CD-ROM da arte dos cantadores violeiros, orgulhosos por via dessa fixação do seu conhecimento independente de critérios estritamente académicos⁷. As principais linhas de força desta literatura têm resistido ao impacto intenso das novas formas de evasão lúdica, informação e sociabilidade, mantendo a superior altivez da sua força estética, que hoje seduz um público muito mais numeroso oriundo da elite intelectual da sociedade (brasileira e não só), e sintonizando-se com o lastro das novas ideologias. O sentimento de margem desses cantadores é agora certamente menor, desde logo porque, ao serem tutelados por figuras académicas proeminentes e procurados pela imprensa, estão mais conscientes do valor da sua palavra em acção, da sua visibilidade cada vez maior, e, portanto, da sua contribuição capital para a consciencialização político-social das camadas mais desfavorecidas das várias comunidades⁸. Renato Almeida esquece, por outro lado, que nunca a cultura tradicional teve um purismo

⁵ Cf. nota 1.

⁶ Brasília, Universidade de Brasília, 1967. Essa tese foi recentemente publicada na íntegra, depois de, por razões de ordem política, ter circulado mutilada, com o título *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, 1971): Antonio Hohlfeldt e Juremir Machado da Silva (coordenadores da edição), introdução de José Marques de Melo, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.

⁷ Não é impunemente que Téo Azevedo afirma: “Sou formado numa escola/ O seu nome é natureza/ Meu diploma é a viola/ Num ponteio de grandeza/ Do jeito que canta a água/ Quebrando na correnteza” (“Faculdade sertaneja”, in *50 Anos de Cultura Popular – Cantos Do Brasil Puro*, Kuarup Discos KCD 158).

⁸ Na sua já citada história do cordel, precisamente em formato cordelístico, Antônio Américo de Medeiros alude a nomes de poetas ainda no activo e a tipografias que lucram com esta produção: “Ainda estão atuado/ Juvenal Evangelista/ Antônio Américo Medeiros/ E Octacílio Batista/ Pedro Bandeira de Caldas/ Cantador e cordelista.// Cícero Pedro de Assis/ E Machado Nordeste/ Manoel Monteiro em Campina/ Em Aracaju João Firmino/ Luiz Gonzaga de Lima/ E Vicente Vitorino.// Tem a casa da Criança/ Na cidade de Olinda/ Também trabalha em cordel/ E faz uma obra linda/ Comandada por Bacaro/ Que a nossa classe brinda.// Ainda estão na ativa/ A Editora Luzeiro/ Faz o cordel em São Paulo/ Vende para o mundo inteiro/ E no nordeste em Recife/ A Editora Coqueiro” (Os Mestres da Literatura de Cordel, pp. 14-15).

absoluto, nem o poderia ter, sob pena de rapidamente se expor a uma dissecação arqueológica, dependendo, antes, da incorporação de novos materiais que desencadeiam a evolução da morfologia de um objecto, de um rito, costume ou expressão oral já existentes; como esquece o trânsito evidente de palavras, textos literários, modas, rituais entre o meio rural e o urbano, ou entre a criação artística e os modos inventivos artesanais, habitualmente determinados pela funcionalidade.

Nos estudos dos processos evolutivos e dos mecanismos de transmissão e de recriação da cultura folclórica literária, a figura do especialista ou agente difusor desse conhecimento deve merecer uma atenção especial, porquanto é nele que conflui, como num painel selectivo, o tratamento de resíduos arcaicos com novas substâncias, fonte e fundamento de novos produtos. Mau grado os modernos processos tecnológicos tendentes à fixação de uma determinada versão de um produto literário, continua a ser verdadeiro o postulado de que, no processo de transvase prefigurado pelos mecanismos comunicacionais populares recobertos pelo termo folkcomunicação, nos quais intervêm procedimentos, ideias, pensamentos e opiniões, não há versões autenticamente definitivas. O desenvolvimento da indústria publicitária determinou o aparecimento de um tipo de agente poderoso – o publicitário –, cuja acção ultrapassa o circuito da pequena sociedade rural, palco por excelência, embora não exclusivo, de personagens como o cego cantador, que podia acumular várias funções (a de vendedor, poeta-produtor e intérprete-poeta), o intérprete (que também reelabora o edifício da oralidade artística, ao recuperar e transformar os textos que existem em estado latente) ou o versificador local (numeroso no sul de Portugal, mas até agora pouco estudado⁹), que renova a oratura tradicional com as suas aportações pessoais. Ligados a agências ou empresas de publicidade, esses criadores de sonhos valem-se da energia magnética da palavra – numa altura em que se diz precipitadamente que a palavra está em crise¹⁰ –, em articulação com uma elaborada linguagem fílmica, não obstante a

⁹ Interventor no circuito social local ou regional com as suas cantigas mordazes, críticas, ferinas, hoje com um alcance substancialmente maior do que o corrente há algumas décadas atrás, por intermédio de suportes e canais – radiofónicos, televisivos, impressos, virtuais – vistos como opositores implacáveis da vocalidade artística de rua, de feira, do sertão e de outros espaços abertos, o autor e intérprete de cordel brasileiro tem ainda, em Portugal, congéneres activos de grande mérito, sobretudo no Alentejo e no Algarve (cf. Paulo Lima, “Artistas da fala a sul do Tejo”, in Jorge Freitas Branco e Paulo Lima (orgs.), *Artes da Fala, Colóquio de Portel*, Oeiras, Celta Editora, 1997, pp. 47-85).

¹⁰ É bem diversa a nossa opinião, cautelosa, como não poderia deixar de ser, mas optimista, porque acreditamos no aproveitamento que das novas tecnologias pode ser feito em favor da desejável democratização e revalorização da literatura (nas escolas, quase sempre os métodos científicos asfixiam a orgástica erotização das palavras), seja na sua vertente autoral, culta, seja na modalidade anónima, colectiva, popular ou “pop”. Mesmo que seja por mero acaso, quando, por exemplo, se adopta o famoso “zapping”, os espectadores de televisão que nunca (ou quase nunca) leram um livro ou um poema deparam com frequência com um universo (livresco, literário) que, de outra forma, lhes passaria totalmente despercebido. Nem que seja uma vez por ano, no dia internacional da poesia, quando os

singeleza aparente do código que suporta a mensagem, num minucioso produto cujo envolvimento sensorial e cognitivo é pensado ao segundo.

A mudança de forma é essencial na literatura de transmissão oral, que hoje passa de puramente vocal e instrumentalizada a oral mediatizada electronicamente, audiovisual, o que implica que a imagem, já não a imagem estática (xilográfica ou procedente de processos mais modernos de impressão) mas a imagem em movimento, cumpre com especial acuidade o seu papel de mediação da mensagem entre a fonte – um conjunto de técnicos de publicidade (de comunicação) bem treinados – e os receptores. O recente anúncio televisivo do azeite Gallo, que recupera uma música tradicional¹¹, ou o também recente slogan radiofónico atinente a um tarifário da rede telefónica móvel TMN, que assenta em dois versos de uma conhecida fórmula de selecção infantil (“Um dó li tá/ Cara de amendoá”), evidenciam como, a partir de técnicas propagandísticas urdidadas com eficiência pragmático-comunicativa, se alcança uma estratégia – não programada – de mobilização e democratização da cultura oral popular, que assim pode libertar-se com maior legitimidade da conotação de infraliteratura que lhe está associada há demasiado tempo. Objectos literários folclóricos pertencentes à memória resistente de certas faixas sociais ou de todo um país acabam assim por ser absorvidos e devolvidos à sociedade por uma estrutura que muitos ainda julgam ser incompatível com a palavra literária comunal. E nem se trata aqui de comunicação artificial suspensa entre a evolução e o conservadorismo, antes de uma purificação que conjuga elementos da cultura popular / oral / tradicional, da cultura de massas e da cultura erudita, numa prova notável de ligação às manifestações populares que muitos dizem irremediavelmente perdidas. É uma literatura, nas suas multiformes manifestações, pronta a emergir do pó que cobre muitas das suas práticas e das suas especificações textuais, antes de mais porque é percorrida por uma profunda humanidade. Os recursos, as temáticas e os valores que permitiram o seu progresso no passado mantêm-se fundamentalmente os mesmos: a complexa relação homem / mulher, o amor, a morte, o humor, a ironia, o riso, a linguagem firme, consistente e poética, para apelar aos sentidos e, dessa forma osmótica, combinar emoção com

telejornais e programas de índole cultural falam do tema e colocam no ar declamações célebres, como sucedeu neste ano de 2002 com a interpretação do poema “Poeta castrado, não” pelo próprio José Carlos Ary dos Santos. Convivem hoje duas formas de literacia – a do impresso e a do audiovisual –, mais complementares do que opostas, ambas propícias à alteridade e a uma nova literacia, compósita, impressa, sonora, visual, digital, analógica (sobre este assunto, cf. o notável livro de José Afonso Furtado, *Os Livros e as Leituras – Novas Ecologias da Informação*, Lisboa, Livros e Leituras, 2000).

¹¹ Obedecendo ao princípio da simplificação, o anúncio inclui agora apenas, em fundo suave, a parte instrumental, sem que se perca a identidade da peça oral tradicional subjacente, uma vez que todos os portugueses reconhecem a canção integral que lhe corresponde: Ó rama, ó que linda rama,/ ó rama da oliveira,/ o meu par é o mais lindo/ que anda ali na roda inteira.// Que anda ali na roda inteira,/ ali, em qualquer lugar,/ ó rama, ó que linda rama,/ ó rama do olival.

intelectualização, razão com emoção. Recordemos, por exemplo, que os valores que regem ou regiam os heróis dos folhetos de cordel clássicos são, no fundamental, os mesmos que engrenam as oposições – bem / mal, riqueza / pobreza – operadas dos mais modernos filmes de aventuras de Hollywood, porque radicados na própria essencialidade do ser humano enquanto estrutura em (des)construção permanente, na busca da compreensão de si mesmo e da relação com a natureza e com os outros¹².

São paradigmáticas as estilizações e execuções de romances tradicionais, de cantigas líricas ou narrativas (como a “Pastorinha”, uma das mais puras do ponto de vista estético¹³) da

¹² Em Portugal, predomina ainda a postura negativista face à ruína da literatura de transmissão oral, embora algumas vozes, erguendo-se estrategicamente no meio académico português, tenham conseguido nos últimos anos inverter consideravelmente essa visão deformada de um fenómeno que está longe de constituir uma massa inalterável e passiva: cf. Francisco Topa, “Literatura Oral – Pare, escute e olhe”, in *Revista da Faculdade de Letras – Línguas e Literaturas*, II Série, vol. XVII, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2000, pp. 441-450; Arnaldo Saraiva, “Do cancionero e desde cancionero”, prefácio a Carlos Nogueira, *Cancioneiro Popular de Baião*, vol. II, in *Bayam*, n.ºs 7-10, Baião, Cooperativa Cultural de Baião – Fonte do Mel, Janeiro de 2002, pp. 7-9; e Carlos Nogueira, “Introdução”, in *Cancioneiro Popular de Baião* cit., pp. 11-22.

¹³ Texto subordinado à temática amorosa, uma das mais abundantes, como se sabe, no romanceiro e no cancionero narrativo tradicional, no que aquela envolve de riscos, anseios e realização humanas. Os poemas narrativo-dramáticos que configuram esses espaços genológicos, no contexto da teoria e da metodologia da folkcomunicação, são geralmente as espécies textuais que mais carácter e conteúdo jornalístico comportam, divulgados por agentes – cantadores populares profissionais, como os cegos, ou executantes mais ou menos ocasionais do próprio grupo – e meios – a oralidade ou a dualidade oral escrito, na modalidade do folheto e da folha volante – que promovem o conservadorismo mas também a mudança social.

Um pai tinha uma filha que andava co gado no monte; ela já era grandinha, o pai queria trazê-la para casa, e ela não queria. Depois, o irmão, que chegara do Brasil, perguntou-le pela irmã, e o pai disse-le que ela não queria vir, e o irmão disse que a traria. E então se passou o seguinte:

— Deus te salve, Rosa, clara tão formosa!
Linda pastorinha, que fazes aqui?
— Por esta montanha a guardar meu gado;
Já nasci, senhor, para este fado.
— Por estas montanhas também corre perigo;
Queira a pastorinha, quer ir comigo?
— Palavras mal dadas dum homem honrado;
Como hei-d’ir consigo e deixá-lo meu gado?
— Você é ingrata, tão impertinente;
Não falo consigo como a outra gente.
— S’eu sou ingrata, passe muito bem;
Qu’eu sou ingrata... assim me convém.
— S’assim le convém, com bem se vá embora,
Vá guardar o gado pela serra fora.
— Pola serra fora isso vou fazendo;
Qu’o amor é tanto, já me vou rendendo.

responsabilidade de grupos conceituados, profissionais ou amadores, como a Brigada Victor Jara ou a Ronda dos Quatro Caminhos, ou de cantautores célebres como José Afonso, Vitorino ou Fausto. Essas interpretações modernas, para lá da importância do estilo textual, continuam a depender muito de tudo o que torna a voz humana no mais prodigioso dos instrumentos humanos, mormente o tom e o timbre, o sentido do ritmo e os impulsos sensoriais, em comunicação directa com a movimentação corporal, num intercâmbio que acciona o binómio poesia / corpo, indissociável dessa relação artística, como têm notado Paul Zumthor e Ruth Finnegan nos seus célebres trabalhos sobre poesia oral¹⁴. Através da voz, o intérprete comunica ao seu corpo e, por contágio rítmico-magnético, ao dos ouvintes um valor expressivo que potencia a poetização, a emocionalização e a percepção da mensagem.

Um ecrã menos nobre do que o televisivo ou cinematográfico é formado pelas paredes das retretes, que foram ou são um espaço privilegiado de difusão de mensagens marginais e marginalizadas no mosaico constituído pela imprensa do povo (t-shirts, pratos, faianças, azulejos, etc.). Imprensa reveladora da descontração conceituosa popular portuguesa – séria e bem-humorada, anímica e fisiológica – ou do “jeitinho brasileiro de comunicar”, para aproveitarmos as palavras de Sebastião Breguez, autor de uma recolha de quadras gráficas em Governador Valadares, que designa de “frases da privada”¹⁵, entre as quais figura uma variante do famoso grafito português “Neste lugar solitário/ Onde a vaidade se acaba,/ Todo o covarde faz força,/ Todo o forte se caga”. Presidida pelo mesmo critério estilístico e estrutural – uma primeira parte supostamente gnómica, solene, e um segundo momento abrupto e escatológico –, a versão

— Vamos *pera* a sombra qu’aqui faz calor,

E lá experimentaremos o nosso amor.

— Pastorinhos do monte, guardai o meu gado!

Foge a pastorinha co seu namorado!

— É tão namorado, não me digo nada!

Qu’a aposta que eu fiz levo-a ganhada.

E levou-a para casa.

(S. Tomé de Covelas, c. de Baião, 1902: in José Leite de Vasconcelos, *Romanceiro Português*, II, Coimbra, Por Ordem da Universidade, 1960, pp. 385-386).

¹⁴ Entre as obras mais importantes desses autores, cf., respectivamente, *Introduction à la Poésie Orale*, Paris, Éd. du Seuil, 1983, e *Oral Poetry – Its Nature, Significance and Social Context*, Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press, 1992.

¹⁵ Material gentilmente disponibilizado através de correio electrónico pelo próprio Sebastião Breguez, numa atestação inequívoca de que a Internet constitui um sustentáculo notável desta literatura breve, fragmentária, volante, apta a hospedar-se em novos ambientes (o ecrã, a disquete, a folha de papel), a fazer-se mover com maior rapidez e a tornar-se mais universal do que quando dependia de processos artesanais de inscrição e difusão (a carvão, giz, lápis ou caneta, em paredes de tijolo, cimento, azulejo, madeira).

brasileira é menos disfemística do que a lusa, mas não menos propiciadora da obscenidade, do sorriso ou do riso, a mais divulgada e a mais eficaz terapêutica dos marginalizados: “Neste lugar solitário/ Toda verdade se acha,/ Todo covarde faz força/ E todo valente se agacha”. Esse mesmo princípio construtivo calculista, insidioso, se observa numa outra quadra em que actua também o primeiro verso formulístico (a tese de coincidência textual, que não é rara na poesia oral, não parece aqui plausível, dada a especificidade linguística e imagética do referido verso), embraiante da estética do obsceno que opera na segundo dístico: “Neste lugar solitário/ Sinto uma tristeza profunda,/ Quando a bosta cai na água / E a água bate na bunda”.

O eterno enigma do folclore literário – ou do património verbal artístico – reside justamente na sua notável independência, na era da contaminação das tradições (que logo à partida coloca problemas intrincados, quando se trata de distinguir o antigo do novo e passageiro, o integral do fragmentário) e, simultaneamente, da sua preservação na transformação, sob o postulado da identidade na diversidade, do local no global.

Porto, Maio de 2002

Folkcomunicação, contribuição brasileira à Teoria da Comunicação

José Marques de Melo¹⁶

Sumário:

Relato histórico sobre a primeira tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, defendida pelo Professor Luiz Beltrão, na Universidade de Brasília, em 1967, estabelecendo as bases da nova disciplina científica, a Folkcomunicação. Trata-se de um episódio importante para a memória do campo comunicacional brasileiro, confirmando o protagonismo do autor da referida tese, que também fundara a nossa primeira revista científica de comunicação, sendo por isso mesmo considerado como o pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil.

Palavras-chave:

História das Ciências da Comunicação. Pensamento Comunicacional Brasileiro. Folkcomunicação. Biografia. Luiz Beltrão

Resumo:

Relato histórico sobre la primera tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación, defendida por el Profesor Luiz Beltrão, en la Universidad de Brasília, en 1967, estableciendo las bases de la nueva disciplina científica, la Folkcomunicación. Se trata de un episodio importante para la memoria del campo comunicacional brasileño, confirmando el protagonismo del autor de la referida tesis, que también fundó nuestra primera revista científica de comunicación, siendo por eso mismo considerado como el pionero de las Ciencias de la Comunicación en el Brasil.

Palabras-chave:

Historia de las Ciencias de la Comunicación. Pensamiento Comunicacional Brasileño. Folkcomunicación. Biografía. Luiz Beltrão

Abstract:

Historic report on the first Brazilian PhD Dissertation in the field of the Communication Sciences, presented by Professor Luiz Beltrão at the National University of Brasília, in 1967, founding a new scientific discipline labeled as Folkcommunication. It is an historic chapter for the memory of the Brazilian communication scholarship, pointing out the pioneer trajectory of his author, who had also created the first Brazilian Journal on Communication, gaining later recognition as the Founding Father of the Communication Sciences in Brazil.

Key-words:

History of the Communication Sciences. Brazilian Thought on Communication. Folkcommunication. Biography. Luiz Beltrão

Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986) destaca-se no panorama intelectual brasileiro como figura paradigmática¹⁷. Seu nome está imediatamente associado à Folkcomunicação disciplina que integra o universo das Ciências da Comunicação¹⁸.

Se consultarmos duas obras de referência da literatura comunicacional brasileira veremos que Luiz Beltrão é sinônimo de Folkcomunicação¹⁹:

¹⁶ Professor Emérito da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Atualmente é Titular da Cátedra UNESCO de Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)

¹⁷ O perfil biográfico de Luiz Beltrão está contido no livro organizado por Roberto Benjamin - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998. Ali foram coligidos dados e depoimentos que confirmam todo o seu pioneirismo acadêmico, ademais da sua atuação de vanguarda como jornalista e das suas incursões singulares pela vida literária.

¹⁸ A presença da Folkcomunicação como disciplina integrante do segmento das ciências da informação individual ou grupal está justificada no meu livro de estreia na vida acadêmica. Vide: MARQUES DE MELO, José - *Comunicação Social: Teoria e Pesquisa*, Petrópolis, Vozes, 1970, p. 62-64. Ela também foi incluída na coletânea que abriga textos marcantes da minha trajetória intelectual - MARQUES DE MELO, José - *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, Petrópolis, Vozes, 1998, p. 69-70

¹⁹ Essa associação entre a palavra e o seu criador deu-se naturalmente quando ela foi dicionarizada. Sua incorporação ao léxico midiático fez-se por iniciativa do Professor Mário ERBOLATO - *Dicionário de Propaganda e Jornalismo*, Campinas, Papyrus, 1985, p. 154 Somente mais tarde ela seria assimilada pelo pelos estudiosos do folclore, quando Mário SOUTO MAIOR publica o seu *Dicionário de Folcloristas Brasileiros*, Recife, 20-20 Comunicação e Editora, 1999, dedicando um verbete a Luiz Beltrão, identificado como personagem polivalente: “romancista, contista, jornalista, advogado, professor, folclorista” (p. 116)

*BELTRÃO - Jornalista e professor de comunicação... (...) o termo **folkcomunicação**, por ele criado, delimita a vasta área à qual dedicou grande parte de suas pesquisas. Designa o ‘conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore’ (RABAÇA & BARBOSA)²⁰*

*FOLKCOMUNICAÇÃO - Em termos gerais, pode-se dizer que **folkcomunicação** é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação. Mais precisamente: folkcomunicação é a comunicação através do folclore. (...) A origem do termo **folkcomunicação** se deu em 1967, com a tese de doutoramento do Prof. Luiz Beltrão... (LUYTEN)²¹*

Ao criar em 1997 o “Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação”, atribuído anualmente às personalidades ou instituições que prestaram relevantes serviços ao nosso campo do conhecimento, a INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - pretendeu homenageá-lo como pioneiro dos estudos científicos da comunicação no Brasil²².

Seu pioneirismo é multifacetado²³. Ele fundou o primeiro centro nacional de pesquisas acadêmicas sobre comunicação - o ICINFORM (Instituto de Ciências da Informação) - na Universidade Católica de Pernambuco, em Recife, 1963. Criou ainda a primeira revista científica brasileira dedicada a temas comunicacionais - Comunicações & Problemas, também na cidade do Recife, 1965. Tornou-se, finalmente, o primeiro Doutor em Comunicação diplomado por universidade brasileira, ao defender na Universidade de Brasília, em 1967, a tese *Folkcomunicação - Um estudo dos Agentes e dos Meios Populares da Informação de Fatos e Expressão de Idéias*.

Essa tese doutoral representou, na sua biografia, uma espécie de odisséia: “série de complicações, peripécias ou ocorrências singulares, variadas e inesperadas” (Aurélio, 1975, p.

²⁰ RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo - *Dicionário de Comunicação*, São Paulo, Ática, 1987, p. 611

²¹ LUYTEN, Joseph - Folkcomunicação, In: UEIROZ E SILVA, Roberto P. de, coord. - *Temas Básicos em Comunicação*, São Paulo, Paulinas/INTERCOM, 1983, p. 32-34

²² KUNSCH, Waldemar - Prêmio Luiz Beltrão: um reconhecimento à pesquisa em comunicação, *Comunicação & Sociedade*, n. 32, São Bernardo do Campo, UMEP, 1999, p. 226-229

²³ Essas diferentes facetas do mestre olindense mereceram a atenção dos participantes do CELACOM'1999 - III Ciclo de Estudos sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, através das contribuições de Maria Luiz Nóbrega - *Icinform: uma experiência pioneira*; Maria das Graças Targino - *A contribuição do Instituto de Ciências da Informação (Icinform) na gênese do pensamento comunicacional brasileiro*; Rosa Maria Nava - *Comunicações & Problemas: o primeiro periódico de estudos e pesquisas da Comunicação do Brasil*; Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho - *Luiz Beltrão: da criação do Icinform à teoria da Folkcomunicação*; Tereza Halliday e Roberto Benjamin - “Pernambuco falando para o mundo”: contribuição da Unicap e do Icinform para as Ciências da Comunicação. Vide: MARQUES DE MELO, José e GOBBI, Maria Cristina. Orgs. - *Gênese do Pensamento Comunicacional Latino-Americano: o protagonismo das instituições pioneiras (Ciespal, Icinform, Ininco)*, São Bernardo do Campo, UMEP, 2000, p. 155-217

999). Tendo permanecido inédita, ela alcança o seu happy-end neste primeiro ano do novo milênio, publicada integralmente pela Editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio do Sul, por iniciativa do Prof. Dr. Antonio Hohlfeld, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Nessa entidade universitária, seu autor colaborou como Professor-Visitante em várias ocasiões²⁴. Trata-se, portanto, de um serviço inestimável, este que a PUC-RS presta ao campo das ciências da comunicação, possibilitando às novas gerações de pesquisadores da área o contato direto com este documento histórico.

Embora consolidados em 1967, os dados e reflexões coligidos por Luiz Beltrão para sua tese de doutorado na verdade começaram a germinar bem antes. Eles são contemporâneos da sua iniciação no terreno jornalístico. A temática privilegiada na tese é a mesma que ele escolheu para a primeira reportagem. Difundida no Diário de Pernambuco, em 18 de dezembro de 1936, essa matéria “tratava de devoções e romarias, à Igreja do Monte, em Olinda, ao tempo habitada por um velho monge beneditino”²⁵.

A paixão pela cultura popular, o interesse pelas classes trabalhadoras, a sensibilidade para entender o cotidiano das camadas empobrecidas da sociedade, tudo isso ele herdou do pai, o dentista Dr. Andrade²⁶. Inspirou-se também na doutrina social da igreja católica²⁷, bafejada pelos ensinamentos de Leão XIII, o papa que sutilmente dialogou com as teses revolucionárias de Karl Marx. Mas também foi influenciado pelo ambiente socialista que impregnava, desde os tempos de Tobias Barreto, as lideranças forjadas na tradicional Faculdade de Direito do Recife²⁸. Ali e alhures, Beltrão travaria colóquios enriquecedores, sem necessariamente comprometer-se, com os ideais marxistas propugnados por Francisco Julião, Paulo Cavalcanti, Clodomir Bezerra, Abelardo da Hora, entre outros companheiros de geração .

²⁴ Evidências dessa estreita colaboração ficaram registradas nos livros *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980), publicados em Porto Alegre pela Editora Sulina, integrando a Estante de Comunicação Social, editada em convênio com a ARI - Associação Riograndense de Imprensa - e dirigida pelo então diretor da FAMECOS - Faculdade dos Meios de Comunicação Social -, Professor Antonio Firmo de Oliveira González.

²⁵ BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p. 59

²⁶ Ele assim reconstitui a memória do seu pai: “Dr. Andrade era, por natureza, um participante. (...) Em Olinda, tomava posição em todas as iniciativas e campanhas que tinham em mira levar benefícios à população. Orador fluente, a sua palavra, a serviço das boas causas olindenses, estimulava a ação construtiva da audiência...” BELTRÃO, Luiz - *Memória de Olinda*, Recife, FIAM/ Olinda, Prefeitura Municipal, 1996, p. 81-82

²⁷ “Minha formação cultural teve início efetivamente no Seminário de Olinda. Ali principiei a estudar e a escrever.” Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.6

²⁸ “A Faculdade de Direito não eram as aulas. A Faculdade de Direito do Recife não eram os professores. A Faculdade de Direito do Recife, para mim, eram os corredores...” Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.6

Por isso mesmo, ele fazia questão de deixar claro seu distanciamento em relação à luta de classes. “Às vezes me vem a idéia de que a pessoa pode confundir a folkcomunicação com uma comunicação classista. Mas ela não é exatamente uma comunicação classista. (...) ...eu estudei alguns grupos que utilizam a folkcomunicação, isto é, meios não-formais de comunicação ligados direta ou indiretamente ao folclore. Então eu vi que alguns desses grupos têm capacidade de integração na sociedade, apenas não concordam com essa sociedade. Os grupos a que me refiro são os culturalmente marginalizados, contestam a cultura dominante. Eles contestam, por exemplo, as crenças dominantes na sociedade e as religiões estabelecidas. O grupo erótico-pornográfico não aceita, por exemplo, a moral dominante.”²⁹

Na verdade, sua fundamentação insere-se naquela concepção sócio-psicológica e transclassista que Gilberto Freyre sagazmente denominaria “ânimo folclórico”, entronizando-a como variável essencial à compreensão do comportamento cultural dos brasileiros³⁰. Tal filiação teórica fica subentendida em vários trechos desta obra, especialmente naqueles em que analisa o sentido contestatório inerente às peças produzidas pelos artesãos do barro ou à crítica social implícita nos folguedos populares.

Não é sem justificativa que Beltrão convidaria Gilberto Freyre para ser um dos principais conferencistas do I Curso Nacional de Ciências da Informação, promovido no período de 16 de janeiro a 4 de março de 1964, no Recife, uma das primeiras iniciativas do recém-fundado ICINFORM³¹.

Nesse momento, suas preocupações folkcomunicacionais ainda não haviam ultrapassado as fronteiras da observação jornalística. Tanto assim que o programa daquele evento acadêmico incluía vários “trabalhos de campo”, entre eles “participação e assistência a (...) festas folclóricas e carnavalescas ocorridas no período de duração do Curso”³²

Contudo, ele destaca o impacto que lhe causaria a leitura do livro de Edson Carneiro - *A dinâmica do folclore* (Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1965), despontando no cenário nacional como uma espécie de “obra maldita”. Ela desagradava os folcloristas ortodoxos, que a

²⁹ Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 5-15

³⁰ FREYRE, Gilberto - O ânimo folclórico no comportamento e na cultura do brasileiro, inclusive na literatura, *Alhos & Bugalhos*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1978, p. 135-145

³¹ I Curso Nacional de Ciências da Informação, *Comunicações & Problemas*, vol. I, n. 2, Recife, ICINFORM, julho de 1965, p. 109-120

³² BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.73

consideram avançada, esquerdizante. Mas também não entusiasma os cientistas sociais, encastelados nas cátedras universitárias, que avaliam o folclore como um objeto menor, signo da alienação das classes subalternas.³³

Vivendo na província, alheio às querelas acadêmicas que animavam os principais centros culturais do país (Rio - São Paulo), Luiz Beltrão supervaloriza a contribuição daquele folclorista de vanguarda. “Edson Carneiro foi o único homem que percebeu que o folclore não era estático, o folclore não era uma coisa parada no tempo, mas uma coisa dinâmica. (...) Este livro teve uma grande influência em mim, pois verifiquei que qualquer manifestação popular estava ligada ao povo, porque o povo não tinha meios, ele utilizava esses meios que lhe davam”³⁴.

Beltrão sente-se estimulado a fazer a primeira incursão investigativa fora do campo especificamente jornalístico. Seu ensaio *Iniciação à filosofia do Jornalismo* (Rio de Janeiro, Agir, 1960), bem recebido pela crítica nacional e internacional³⁵, credenciando-o a vãos academicamente mais ousados.

Na primeira edição da revista *Comunicações & Problemas* (Recife, ICINFORM, 1965) publica um ensaio monográfico - “O ex-voto como veículo jornalístico” (p. 9 a 15). Estribado teoricamente em Gilberto Freyre³⁶ e ancorado metodologicamente em Alceu Maynard Araújo e Luiz Sayer³⁷, ele formula a sua embrionária teoria da folkcomunicação:

“Não é somente pelos meios ortodoxos - a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica - que, em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural, não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore.

³³ Essa contenda entre folcloristas e cientistas sociais está bem documentada no livro póstumo de Luis Rodolfo VILHENA - *Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro, 1947-1964*, Rio de Janeiro, Funarte, 1997 De certo modo, a questão fora resgatada, numa perspectiva internacional, pelo livro de Renato ORTIZ - *Cultura Popular - Românticos e Folcloristas*, São Paulo, Olho d'Água, 1992

³⁴ Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 13

³⁵ LEAL, César - Luiz Beltrão, teórico do jornalismo, In: BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.133-136

³⁶ Ele não cita expressamente nenhuma obra do Mestre de Apipucos, transparecendo, contudo, o conhecimento da sua trilogia sobre a sociedade brasileira (*Casa Grande & Senzala.*, *Sobrados e Mocambos*, *Ordem e Progresso*), onde os elementos da cultura popular estão valorizados enquanto processos comunicacionais típicos (sátira, crítica, caricatura etc.)

³⁷ Folcloristas paulistanos. Alceu Maynard de ARAÚJO é autor da consagrada obra, em três volumes, *Folclore Nacional*, São Paulo, Melhoramentos, 1964 e Luiz SAYA escreveu o livro *Escultura Popular Brasileira*, São Paulo, Editora Gaxeta, 1944.

Das conversas de bôca de noite, nas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo 'bicheiro'; ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, e pelos 'martelos' do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitário no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha - é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as idéias-motrizes, capazes de em dado instante e sob certo estímulo, levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz”.

Seu manifesto folkcomunicacional encontra boa receptividade. Luiz Beltrão recebe cartas entusiásticas de dois eminentes representantes das comunidades nacionais do jornalismo e do folclore. O então secretário-geral da ABI - Associação Brasileira de Imprensa, Fernando Segismundo, acena genericamente:

“O artigo - O ex-voto como veículo jornalístico é dos mais curiosos”³⁸.

Entretanto, o patriarca do folclore brasileiro, Luis da Câmara Cascudo, profuncia-se de modo mais enfático, preciso, desafiador:

“O seu artigo-de-abertura (...) é um magnífico master-plan. Valorizará o cotidiano, o vulgar, o realmente popular de feição, origem e função. Não espere que venha um nome de fora, um livro de longe, ensinando a amar o que temos ao alcance dos olhos. Teime, como está fazendo, em valorizar o Homem do Brasil em sua normalidade. (...) Acima de tudo, veja com seus olhos. Ande com seus pés. Depois compare com as conclusões de outros olhos e com as pegadas de outros pés”³⁹.

Entusiasmado, ele continuou as observações a respeito de outros fenômenos da comunicação tradicional.

“Eu ainda estava impressionado com a informação puramente. Ai eu chamei isso de folkcomunicação jornalística”⁴⁰.

Esse trabalho embasaria empiricamente a tese com que se inscreveu na Universidade de Brasília, em 1967, para conquistar o título de Doutor em Comunicação.

O volume compõe-se de três partes. Na primeira, concisa, ele apresenta seus fundamentos teóricos e metodológicos, esboçando uma teoria da folkcomunicação. A segunda é constituída por dois segmentos: um documental, historicizando a comunicação brasileira, do período pré-cabralino ao domínio colonial português; outro empírico, inventariando as manifestações

³⁸ Ainda sobre C&P - N. 1, *Comunicações & Problemas*, v. 1, n. 2, Recife, ICINFORM, 1965, p. 136

³⁹ CÂMARA CASCUADO, Luis da - Carta a Luiz Beltrão sobre o “Ex-Voto”, *Comunicações & Problemas*, v. 1, n. 2, Recife, ICINFORM, 1965, p.135

⁴⁰ Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p.13

folkcomunicaçãois do Brasil contemporâneo. A terceira contém as conclusões, a bibliografia consultada e um breve *curriculum-vitae* do pesquisador.

Qual a tese defendida por Luiz Beltrão ? Ela constitui um desdobramento da hipótese construída por Lazarsfeld e Katz - *two-setp-flow of communication* - para refutar a idéia dominante da onipotência midiática⁴¹. As evidências empíricas coletadas nos Estados Unidos permitem concluir que a mídia consegue mobilizar a atenção coletiva dos usuários, mas seus efeitos são mediados por líderes de opinião que filtram as mensagens segundo os padrões consensuados nos grupos primários. No caso brasileiro, Luiz Beltrão verificou que o papel das lideranças grupais é exercido, no campo, cidades do interior ou nas periferias metropolitanas, por agentes folkcomunicaçãois. Estes recodificam as mensagens midiáticas, reinterpretando-as de acordo com os valores comunitários.

A banca examinadora designada pela Universidade de Brasília para avaliar a tese compunha-se de três eminentes pesquisadores: o espanhol Juan Beneyto, o norte-americano Hod Horton e o brasileiro Roberto Lyra Filho. Eles se manifestam favoravelmente à aprovação do trabalho e recomendam a concessão do título de doutor ao candidato.

Até aquele momento, a trajetória intelectual de Luiz Beltrão tinha sido um “mar de rosas”. Ao ingressar na vida universitária ele possuía “notório saber” no campo jornalístico, o que o eximia, segundo as regras vigentes, de disputar títulos acadêmicos. Tanto assim que fora reconhecido como Catedrático pelo CIESPAL - Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, mantido pela UNESCO em Quito, Equador, onde assumira em 1963 a regência da cadeira de “Pedagogia del Periodismo”⁴². Na Universidade Católica de Pernambuco ele já ocupava desde 1961 a Cátedra de Técnica de Jornal e Periódico⁴³, tendo sido designado pelo Reitor Padre Aloisio Mosca de Carvalho para implantar e coordenar o Curso de Jornalismo.

Convocado, em 1965, pelo Presidente Castelo Branco, através do seu Assessor de Imprensa, José Vamberto, para dirigir a Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília

⁴¹ Vide: KATZ, Elihu and LAZARSELD, Paul F. - *Personal Influence - The part played by people in the flow of mass communication*, New Yoirk, Free Press, 1955

⁴² Suas aulas foram reunidas em livro: BELTRÃO, Luiz - *Métodos en la Enseñanza de la Técnica del Periodismo*, Quito, CIESPAL, 1963, 169 p.

⁴³ Sua experiência didática em Pernambuco foi sistematizada e difundida nacionalmente. Ela deu origem ao livro : BELTRÃO, Luiz - *A Imprensa Informativa*, São Paulo, Folco Masucci, 1969

no lastro da crise ali desencadeada no início do regime militar, Beltrão quis valorizar a proposta do idealizador daquela universidade, Darcy Ribeiro. Ele pretendia que todos os seus docentes amadurecidos se engajassem em programas de doutorado e os docentes jovens em programas de mestrado, no sentido de fortalecer a pesquisa, estimulando a produção de novos conhecimentos.

Assim sendo, Luiz Beltrão deu o bom exemplo, inscrevendo-se no programa de Doutorado em Comunicação, e com isso obteve a adesão de vários outros colegas. As regras do doutorado seguiam, naquela conjuntura, o modelo europeu, caracterizado pela realização de uma pesquisa original, finalmente submetida ao julgamento de uma banca examinadora. Tratava-se de uma avaliação de mérito, sem a interveniência de fatores políticos. Contudo, a turbulência que abalou os alicerces da UnB após o golpe militar de 1964 acabaria por radicalizar a convivência dentro do campus, politizando todas as suas atividades.

Quando o professor Beltrão se apresentou para a defesa da tese de doutorado perante a banca examinadora constituída pela Reitoria, a Faculdade de Comunicação encontrava-se conflagrada⁴⁴, culminando com a sua demissão do cargo executivo para o qual fora convidado pela administração anterior. Após o julgamento, cada examinador emitiu seu parecer, sendo que os dois estrangeiros protocolaram imediatamente o boletim de aprovação.

O sociólogo Juan Beneyto, Catedrático da Universidade de Madrid, recomendou fosse concedida a máxima distinção ao candidato: “A juicio del abajo firmante, el estudio que se dictamina muestra desde luego valor científico sobrado para aspirar a la máxima calificación que el procedimiento académico autoriza, por lo que estima que es obra merecedora de Distinción com Honor”⁴⁵.

Por sua vez, o diplomata Hod Horton, Catedrático da Universidade de Denver, Colorado, EUA, emitiu o seguinte ponto de vista: “Obra de alta categoria, plenamente documentada, bem dirigida, escrita com o maior apuro literário e, por sua inteireza, consagrando o autor como um pesquisador sério”.

Ninguém duvidava da lisura do processo. Aprovado pela banca examinadora, o candidato fazia jus ao grau correspondente. Mas o então Reitor Laerte Ramos de Carvalho, que demitira

⁴⁴ Vale a pena ler o relato deixado sobre esse episódio pelo próprio Luiz Beltrão. Ele se encontra transcrito no livro organizado por BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.82-93

⁴⁵ BENEYTO, Juan - Julgamento da Tese de Doutorado, In: BENJAMIN, Roberto - *Itinerário de Luiz Beltrão*, Recife, AIP/UNICAP, 1998, p.310-311

Luiz Beltrão do cargo executivo, quis prejudicar o novo doutor, dificultando a outorga do título conquistado com brilhantismo. Para tanto, convenceu o membro brasileiro da banca, integrante do corpo docente da própria universidade, no sentido de retardar a entrega do seu boletim de avaliação. A ausência desse documento foi usada como justificativa para impedir a outorga do diploma correspondente. Tudo isso, apesar do processo ter incorporado os pareceres dos dois outros examinadores, evidenciando a aprovação do candidato pela maioria dos seus membros titulares.

Mas, estávamos em pleno governo Costa e Silva, quando o regime militar endureceu, culminando com o golpe-dentro-do-golpe engendrado pelo Ato Institucional N. 5. A aparência de normalidade jurídica, perseguida inicialmente pelo governo Castelo Branco, ficaria totalmente prejudicada. Por isso, a concessão do título só se efetivaria através de demanda administrativa instaurada formalmente, muito tempo depois da defesa da tese⁴⁶.

O calvário de Luiz Beltrão não terminou aí. Sua tese repercutiu intensamente na comunidade acadêmica nacional e internacional, sendo considerada a mais original das contribuições brasileiras à teoria da comunicação. Umberto Eco, por exemplo, dedica-lhe simpático comentário no jornal *L'Espresso* de Milão (30/10/1966).

Porém ela encontrou barreiras para a sua publicação integral. A Editora Melhoramentos mostrou-se interessada pela edição, submetendo-a ao crivo do Prof. Lourenço Filho, seu consultor para a área de humanidades. Este emite parecer favorável, argumentando sobre a inconveniência política de se publicar o capítulo teórico, naquela conjuntura repressiva. Depreende-se que ele discordava da ancoragem do autor nas premissas “subversivas” de Edson Carneiro. Temia-se represália do sistema autoritário, por se tratar de literatura posta em quarentena pelos novos “donos do poder”⁴⁷.

Não restou outra alternativa a Luiz Beltrão senão aceitar a mutilação da sua obra. Ela circula sob o título *Comunicação e Folclore* (São Paulo, Melhoramentos, 1971), respaldada por uma irônica “apresentação” de Alceu Maynar Araújo, membro da Academia Paulista de Letras:

⁴⁶ Vide, a propósito desse fato, o meu depoimento, como testemunha ocular desse e de outros acontecimentos da época. MARQUES DE MELO, José - Nos tempos da gloriosa, *Revista Brasileira de Comunicação*, v. XX, n. 2, São Paulo, INTERCOM, 1997, p. 13-28

⁴⁷ MARQUES DE MELO, José - Folkcomunicação, a comunicação do povo, In: *Telemânia, anestésico social*, São Paulo, Loyola, 1981, p. 79-84

“Enquanto os ‘folcloristas’ (entre aspas) ficam participando de reuniões e conclaves para definir o que já está definido, para projetar só no papel, ou para relatar o que foi visto numa demonstração pelos ‘sábios de palanque’, vem êsse jornalista (...) com um trabalho esplêndido sobre o que há de mais moderno, que é a velha comunicação. (...)”

“Sou um estudioso de nosso folclore e confesso que aprendi muito com êsse ensaio. Vale a pena comunicarmo-nos com a nossa realidade folclórica através da obra de Luiz Beltrão

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

“Aconteceu que eu vi que a função da Comunicação não estava tão somente em informar ou orientar, estava também em educar, havia uma função promocional. Então eu comecei a aprofundar esses estudos e o resultado é que o conceito de folkcomunicação foi ampliado para não dar somente a idéia de que o povo utiliza a folkcomunicação para trocar notícias, mas sim para se educar. Dizer o que ele quer dizer, se promover e entreter-se também, divertir-se do mesmo modo que nós usamos o sistema estabelecido, o que chamei de comunicação social para uma diferenciação da comunicação folclórica”⁴⁸.

Quando publica seu novo livro sobre o tema - *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados* (São Paulo, Cortez, 1980) - não apenas resgata suas raízes teóricas, explicitando as idéias seminais em que se fundamenta, mas formula um modelo para descrever o sistema de folkcomunicação. Isso lhe permite construir com maior segurança o conceito dessa nova disciplina⁴⁹:

“A folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa”

Ao falecer, em 1986, Luiz Beltrão deixou um legado intelectual fértil, instigante e provocativo⁵⁰. Vale a pena resgatar as palavras que escolheu para dialogar com os leitores da sua tese de doutorado, mesmo incompleta⁵¹:

⁴⁸ Luiz Beltrão: a folkcomunicação não é uma comunicação classista (entrevista), *Revista Brasileira de Comunicação*, Ano X, n. 57, São Paulo, INTERCOM, 1987, p. 13-14

⁴⁹ BELTRÃO, Luiz - *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, São Paulo, Cortez, 1980, p. 28

⁵⁰ Esse legado inclui também sua trilogia sobre Teoria da Comunicação. Vide: BELTRÃO, Luiz - *Sociedade Massa: Comunicação & Literatura*, Petrópolis, Vozes, 1972; *Fundamentos Científicos da Comunicação*, Brasília, Thesaurus, 1973; *Teoria Gera da Comunicação*, Brasília, Thesaurus, 1977, bem como o manual que escreveu em parceria com Newton de Oliveira QUIRINO - *Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa*, São Paulo, Summus, 1986.

⁵¹ BELTRÃO, Luiz - *Comunicação e folclore*, São Paulo, Melhoramentos, 1971, contra-capá

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

Ao iniciar-se o novo milênio, verificamos que a Folkcomunicação concebida como disciplina científica por Luiz Beltrão deixou de ser uma mera “picada” para se converter na “estrada larga” por ele preconizara. Quem o atesta é o seu principal discípulo e sucessor, Roberto Benjamin, que inventariou recentemente os avanços dessas investigações em todo o território nacional.

“A Folkcomunicação ensinada e pesquisada na Universidade brasileira tem dado como resultado a publicação de estudos resultantes de trabalhos de campo, de reflexões teóricas e das aplicações metodológicas próprias da pesquisa. Seus continuadores procuram expandir a conceituação e estabelecer a relação entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa, incluindo em seus estudos a mediação realizada pelas manifestações populares na recepção da comunicação de massa, a apropriação da tradição popular pelos mass media e a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa.

“Assim, os estudos de Roberto Benjamin sobre maracatu, as teses de Joseph Luyten sobre literatura de cordel, a de Edval Marinho de Araújo sobre o folguedo cavalo-marinho, a de Rute Almeida sobre almanaques são exemplos de documentação e análise de canais populares e suas mensagens; ‘Folhetos Populares intermediários no processo de comunicação’, de Roberto Benjamin é o primeiro estudo monográfico sobre a mediação dos canais populares no processo da comunicação de massa; ‘A influência do rádio na dinâmica cultural das cantorias na Paraíba’ é uma pesquisa de Luis Custódio sobre os efeitos da comunicação de massa sobre um canal popular; a dissertação de Osvaldo Meira Trigueiro, ‘A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba: um estudo sobre a audiência da televisão em determinados grupos sociais’ é um estudo sobre a audiência da televisão em grupos de cultura folk interligados a este mass medium; o estudo comparativo sobre a temática do Natal, promovido por José Marques de Melo, analisa o impacto da globalização e a permanência das tradições populares nas mensagens veiculadas pelos jornais brasileiros⁵².”

BENJAMIN reitera, finalmente, que “a divulgação da teoria foi prejudicada pela não-publicação da tese defendida na Universidade de Brasília”⁵³.

Essa deficiência deixa de existir, agora, com o lançamento do livro que contém a versão original daquele tese - *Folkcomunicação - Um estudo dos Agentes e dos Meios Populares da Informação de Fatos e Expressão de Idéias*, publicada integralmente pela Editora da PUCRS

⁵² BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicação: contribuição de Luiz Beltrão para a Escola Latino-Americana de Comunicação, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 136

⁵³ BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicação: contribuição de Luiz Beltrão para a Escola Latino-Americana de Comunicação, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 136 BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicação: contribuição de Luiz Beltrão para a Escola Latino-Americana de Comunicação, *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional*, n. 2, São Bernardo do Campo, UMESP, 1998, p. 134

(Porto Alegre, 2001), por iniciativa do Prof. Dr. Antonio Holfeldt⁵⁴. Sua circulação em território nacional certamente vai aumentar o contingente dos pesquisadores dos fenômenos folkcomunicacionais. Vai fortalecer também a corrente dos jovens pesquisadores que acorrem, anualmente, às Conferências Brasileiras de Folkcomunicação⁵⁵, promovidas pela Cátedra UNESCO/UMESP, bem como a eventos similares organizados por sociedades científicas como a INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação⁵⁶, a LUSOCOM - Federação Lusófona de Ciências da Comunicação, FELAFACS - Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, etc.⁵⁷

As novas correntes de estudiosos da folkcomunicação percorrem fluxo inverso àquele originalmente concebido por Luiz Beltrão⁵⁸. O fundador da disciplina privilegiou os autênticos processos folkcomunicacionais, bem como a folkmídia enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos *mass media*. Seus jovens discípulos procuram desvendar de que maneira a Folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais. Seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de RP ou invadindo os espaços de entretenimento⁵⁹.

Trata-se de um conjunto de tendências que estão bem delineadas no último livro de Roberto Benjamin⁶⁰ ou na edição monográfica da revista *Comunicação & Sociedade*, n. 34⁶¹.

⁵⁴ A EDIPUCRS está sediada na Av. Ipiranga, 6681 - prédio 33, Porto Alegre, cep: 90619-900, RS. Caixa Postal: 1429. Telefax: (051) 339-1511 r: 3323. Endereço eletrônico: edipucrs@music.pucrs.br

⁵⁵ Foram realizadas 3 FOLKCOM no apagar das luzes do século XX: 1998 (UMESP, São Bernardo do Campo, São Paulo); 1999 (FUNREI, São João del Rei, Minas Gerais), 2000 (UFPB, João Pessoa, Paraíba).

O primeiro encontro do novo milênio está agendado para o campus da UFMS, na cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, em junho de 2001. O evento pretende fazer um inventário nacional das festas populares. Vide: MARQUES DE MELO, José - As festas populares como processos comunicacionais, Neon - Arte, Cultura e Entretenimento, Ano 2, n. 22, Salvador, outubro de 2000, p. 34-39

⁵⁶ Essa entidade acaba de criar um Núcleo de Pesquisas exclusivamente dedicado aos fenômenos folkcomunicacionais, cuja instalação foi confiada ao Prof. Dr. Sebastião Breguez (Centro Universitário do Sul de Minas), responsável pela organização do I Seminário de Folkcomunicação (Belo Horizonte, abril de 2001)

⁵⁷ Essas associações internacionais criam Grupos de Estudos de Folkcomunicação, que se reúnem periodicamente, durante seus congressos bienais ou trienais, para discutir os resultados das mais recentes pesquisas feitas em diferentes países.

⁵⁸ Para melhor compreender as idéias seminais do mestre olindense, vale a pena consultar a antologia: MARQUES DE MELO, José, org. - Mídia e Folclore - o estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão, Maringá, Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO/UMESP, 2001.

⁵⁹ MARQUES DE MELO, José - Folkcomunicação entre mídia e cultura popular, Imprensa, n. 151, São Paulo, agosto/ 2000, p. 76-77

⁶⁰ BENJAMIN, Roberto - Folkcomunicação no contexto de massa, João Pessoa, Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2000

Essas publicações refletem claramente a revigoração acadêmica da Folkcomunicação, bem como o seu destaque como campo de estudos que ultrapassa as fronteiras do Brasil para alcançar todos os Países Lusófonos e a América Latina.

⁶¹ Esse volume contém um dossiê sobre Folkcomunicação, coordenado por Waldemar Kunsch (São Bernardo do Campo, UMESP, dezembro/ 2000).

Devoções populares não-canônicas na América Latina: uma proposta de pesquisa

Roberto Benjamin
Universidade Federal Rural de Pernambuco
benjaminroberto@terra.com.br
Brasil

RESUMO: Na América Latina ocorrem devoções populares não-canônicas que têm sido pouco estudadas no campo da Antropologia, da Psicologia Social e da Comunicação. O folclorista Felix Coluccio realizou um estudo extensivo sobre as ocorrências argentinas. No Brasil, dentre outros, há diversos estudos a respeito da devoção ao Padre Cícero e, mais recentemente, a Profa. Rosa Nava apresentou uma comunicação sobre a devoção à vítima do chamado “crime-da-mala”, ocorrente em um dos cemitérios da cidade de Santos (SP). É discutida uma tipologia para a caracterização dos “santos” não-canônicos, dos locais de devoção e das práticas comunicacionais populares. Propõe-se que a partir dos tipos identificados seja realizada uma pesquisa de base etnográfica pelos membros do Grupo de Trabalho, que permita, posteriormente, um estudo comparativo das referidas devoções e dos seus processos comunicacionais

O catolicismo popular

A difusão do catolicismo na América Latina durante a colonização, apesar de iniciada no período chamado de contra-reforma, manteve as práticas dos modelos medievais, ainda em uso na Península Ibérica.

A um grande número de invocações de Nossa Senhora e de Jesus Cristo, de origem européia, foram estimuladas devoções novas relacionadas à aparição de imagens e milagres. “Tivemos” – no dizer de Mauro Mota – “uma corte celestial imigrante ainda hoje prevalecente”. As congregações missionárias – jesuítas, franciscanos e dominicanos – introduziram o culto aos santos de devoção dos seus fundadores e o dos próprios fundadores, aos quais seriam posteriormente acrescentados santos nativos reconhecidos canonicamente pela hierarquia católica, como Santa Rosa de Lima, San Martin de Porres e os Mártires Mexicanos. Os cultos oficializados pela Igreja, na América Latina, são inúmeros e a hierarquia estimulou, ou ao menos tolerou práticas do catolicismo popular, incorporando tradições pré-cristãs de natureza devocional que se sobrepuseram às práticas sacramentais e rituais litúrgicos. Contudo, a quantidade de devoções e práticas admitidas não foi suficiente para satisfazer as necessidades espirituais das populações, ocorrendo devoções não canônicas, isto é, a consagração como “santos” de pessoas não reconhecidas como tal segundo as regras de declaração do estado de santidade e autorização para a realização de culto pelas autoridades eclesiais, segundo as normas do Direito Canônico.

Vale ressaltar que o reconhecimento popular, das qualidades e virtudes das pessoas homenageadas nem sempre corresponderam aos ideais de santidade previstos nas normas

canônicas vigentes, especialmente em relação a uma vida virtuosa exemplar, a servir de modelo para os fiéis. Por este motivo, os “santos” não-canônicos, em sua maioria, deverão permanecer como tais, ou seja, sem o reconhecimento oficial.

Souza Barros atribui a existência das devoções à situação sócio-econômica das populações e à precariedade dos serviços públicos básicos. As devoções não-canônicas têm sido pouco estudadas no campo da Antropologia, do Folclore, da Psicologia Social, das ciências da religião e da Comunicação. No entanto, sabe-se que a sua prática envolve processos psico-sociais e de comunicação da maior importância nas sociedades latinoamericanas.

No Brasil são poucos os estudos sobre tais devoções, os quais se têm dirigido para os “santos” não-canônicos de importância regional ou sobre aqueles que têm, aparentemente, alguma chance de reconhecimento eclesial, como os casos do Padre Cícero, Dom Vital e do Padre Ibiapina.

Luís da Câmara Cascudo, em 1972, ao escrever o livro *Religião no povo*[4], no capítulo “o povo faz seu santo”, montou um levantamento dos “santos” não-canônicos de diversas regiões do Brasil – do Amazonas ao Rio Grande do Sul:

Alto Madeira (AM) Santa Radi	Manaus (AM) Santa Etelvina de Alencar
Angicos (RN) Santa Damasiinha (Damásia Francisca Pereira)	Natal (RN) Padre João Maria
Belém (PA) Mãe Valéria	Nordeste Padre Ibiapina (José Antônio Pereira Ibiapina)
Belém (PA) Severa Romana Ferreira	Patos (PB) Francisca, da Cruz da Menina
Curitiba (PR) Maria Bueno	Pedreiras (MA) Mãe Marcelina
Fortaleza (CE) Madre Vasconcelos	Pirenópolis (GO) Santa Dica (Benedita Cipriano Gomes)
Ipu (CE) Menino Vaqueiro	Recife (PE) Bispo Dom Vital (Vital Maria Gonçalves de Oliveira)
João Pessoa (PB) Maria de Lourdes	São Gabriel (RS) Irmãos Meira (Afuzilados)
Juazeiro do Norte (CE) Padre Cícero Romão Batista	São Paulo (SP) Chaguinha (Francisco José das Chagas)
Maceió (AL) Petrúcio Correia	

Na Argentina, o folclorista Felix Coluccio realizou estudo extensivo sobre as ocorrências principais nas diversas regiões do país, levantando uma tipologia e descrevendo a origem e as formas particulares das devoções[5]. Segundo a tipologia de Coluccio, transposta para a realidade do Brasil, e conforme as primeiras coletas realizadas, é possível a proposição de duas categorias de “santos” não-canônicos.

A primeira, a dos “iluminados” – grupo constituído por pessoas que na sua vida terrena dedicaram-se às atividades de caridade e foram consideradas virtuosas; algumas delas teriam chegado a participar de acontecimentos extraordinários considerados milagrosos; após a morte tiveram a sua intercessão invocada para auxiliar na resolução de problemas de natureza variada, gerando cultos populares; em alguns casos a hierarquia da Igreja Católica vem tentando se apropriar dessas devoções e dos locais de cultos populares para iniciar os processos de reconhecimento canônico da santidade.

A segunda é formada por pessoas vítimas de morte violenta ou injusta. Dele fazem parte três grupos: o primeiro, constituído pelos “anjos”, isto é, crianças que faleceram ainda na primeira infância, vítimas de abandono ou de outras formas de desatendimento; um outro grupo é constituído de vítimas inocentes, adolescentes e adultos espancados, estuprados e assassinados; nesta categoria é elevado o número de mulheres; finalmente aparecem pessoas de “vida errada” – bandidos e prostitutas cujos devotos acreditam que tiveram oportunidade de arrepender-se e obter perdão dos pecados “in extremis”.

Ao menos como hipótese, estes cultos parecem indicar um processo de identificação psicológica entre a vida de opressão e violência dos fiéis com a lenda que se forma em relação às histórias de vida dos “santos” populares. Tal identificação, pela proximidade, se torna mais ocorrente do que com os santos reconhecidos oficialmente, cujas lendas remontam, em alguns casos, aos primeiros tempos do cristianismo.

Processos comunicacionais

A prática mais tradicional da comunicação, nas devoções populares, é a entrega do ex-voto. No ex-voto paga-se o compromisso de natureza contratual com o santo. A entrega do ex-voto é, porém, a publicização da intervenção – o milagre ou, mais modestamente, a graça alcançada – mensagem cujos receptores são os outros devotos ou pessoas que circunstancialmente passem ou visitem o local da devoção. Quanto mais ex-votos depositados, mais provados ficam os

benefícios alcançados pela intercessão do santo, o que faz crescer a fama e despertar o interesse de novos devotos.

Câmara Cascudo, tratando do ex-voto, em carta a Luiz Beltrão[6], diz:

“O ex-voto é uma voz informadora da cultura coletiva, no tempo e no espaço tão legítima e preciosa como uma parafernália arqueológica. Vale muito mais do que uma coleção de crânios, com suas respectivas e graves medições classificadoras. É um dos mais impressionantes e autênticos documentos da mentalidade popular, do Neolítico aos nossos dias. E sempre contemporâneos, verdadeiros e fiéis.”

(...)

“Com as promessas comprovadoras do imediatismo do milagre, retiradas do uso individual, roupas, muletas, carrinhos, aparelhos ortopédicos; da representação material dos membros vulnerados, ocorre a série variada e rica nessas figurações de intenção anatômica em madeira, que foram as mais velhas, barro, metal e cera. Como não existem, tirando as feitas em metal e cera, fábricas de ex-votos, as peças em madeira e barro são de impressionante verismo indicador, não apenas da enfermidade, mas, na coleção de cabeças, do tipo antropológico responsável pela dádiva.

Seria possível perfeitamente indicar as moléstias comuns em determinadas regiões, a insistência regular de certos males numa área geográfica delimitada, pelo exame dos ex-votos, denunciadores nosológicos e mesmo teratológicos. Sendo a maioria um trabalho e escultura artesanal, rude, rústico, bravio, com a intenção da fidelidade expressionista, esses modelos testificam os níveis artísticos do povo nas camadas mais profundas de sua conservação estética e impulsão recriadora. Nenhuma, ou quase nenhuma interferência dos padrões moderadores mais altos, converge para o ex-voto autêntico. Sua feiura é uma credencial de legitimidade.”

(...)

“O ex-voto, sendo a satisfação da súplica atendida, destina-se à publicidade, como ainda usam divulgando nos jornais a obtenção de “graças alcançadas”. O aspecto rude da escultura não exclui a intenção emocional de uma homenagem ultra petita. Prova o reconhecimento e demonstra a existência do artista. A importância etnográfica dessas peças está justamente em reconhecer esse oculto e notório desejo de exteriorização.”

Tratando do ex-voto como veículo jornalístico, Luiz Beltrão destaca que:

“Se penetramos no santuário e conseguimos as ‘chaves’ para descodificar mensagens contidas nas peças expostas no altar ou nas paredes do centro devocional, então depressa nos assenhoreamos de informações as mais completas e evidentes. A começar pelos ex-votos em desenhos e fotografia representando graficamente o acontecimento, tal e qual ocorreu. Na zona litorânea, observamos enorme quantidade de ex-votos representando o afundamento de barcos, tempestades, naufragos agarrados a rochedos ou a destroços flutuantes. Na zona rural e pastoril abundam as representações de quedas de animais, picadas de cobra, chifradas, acidentes de trabalho no campo. São comuns os ex-votos zoomorfos: bois, vacas, carneiros e porcos curados de bicheira, galinhas que escaparam à pigarra. A doença e a sua localização vêm indicadas, quer por meio de pintura quer através de um tratamento plástico que participa diretamente da composição.”

(...)

“Os retratos e fotografias com a narração do milagre no verso ou na parte inferior também constituem meio de informação de alto interesse. São colhidos por fotógrafos profissionais, os ‘lambe-lambe’ encontrados nas imediações dos cruzeiros, nos pátios dos santuários mais procurados pelos romeiros. Por vezes, na fotografia, o ‘devoto’ procura reproduzir a posição em que estava quando se operou o milagre. Alguns homens, por exemplo, deixam-se fotografar deitados num banco de pedra de um jardim, sem a menor cerimônia, pois isso é comum: tiram o paletó, dependuram-no numa árvore próxima, deitam-se em decúbito dorsal e depois amarram um pano que o próprio fotógrafo lhes empresta no lugar que foi curado (rosto, pescoço, cabeça, etc.); desse modo são fotografados.”[7]

Os ex-votos tradicionais são confeccionados pelos próprios devotos ou sob sua encomenda – pintados ou esculpidos – representando o milagre. Hoje, são comuns os ex-votos fabricados em série, confeccionados em cera.

Com a difusão da alfabetização, os pedidos, que eram formulados oralmente, passaram a ter, também, a forma epistolar, depositados no local de culto. São comuns a colocação de orações manuscritas e impressas em que figuram aspectos da lenda do santo e do início da devoção.

Estas práticas mais modernas têm reduzido o interesse artístico-antropológico dos ex-votos e dos locais de culto, porém são de interesse comunicacional, uma vez que expressos nos códigos lingüísticos populares são de mais fácil decodificação. A oralidade, porém, continua presente e tanto os devotos, como os zeladores e pedintes que freqüentam os locais de culto contam lendas e cantam benditos difundindo a devoção.

A presença de oferendas de objetos carenciais, em lugar dos ex-votos, tais como chupetas, bonecas e outros brinquedos, peças de roupa – que são depositadas no lugares de devoção, são indicativos do processo de identificação psicológica e constituem um diferencial entre os cultos populares não-canônicos e os cultos populares consagrados a santos canônicos. Contudo, são também encontrados tipos de oferendas comuns aos santos canônicos, tais como flores e velas, ex-votos artesanais e de produção massiva e anúncios de graças alcançadas publicados em jornais.

Os lugares mais comuns para o desenvolvimento desses cultos são: 1) cemitérios e ossuários onde estão recolhidos os restos mortais do “santo”; 2) o local em que foi encontrado o corpo, assinalado por um cruzeiro ou capela; em alguns casos, estes locais foram beneficiados pelo aparecimento de fontes de águas lustrais, especialmente em regiões secas; 3) estátuas colocadas em logradouros públicos por autoridades ou por devotos; 4) oratórios domésticos.

A data de romarias e outras práticas são, em geral, a da morte do “santo”, quando é conhecida, do nascimento ou de algum fato relevante de sua vida. Outras datas são o dia de finados, a semana-santa e, por todo o ano, as segundas-feiras, dia da semana dedicado aos mortos.

Diante da importância das devoções populares não-canônicas, propõe-se uma pesquisa comparativa, com base em técnicas etnográficas, pelos membros do Grupo de Trabalho, a fim de documentar os processos comunicacionais e outros vigentes na América Latina, o que permitirá conhecer aspectos pouco discutidos da Folkcomunicação.

Bibliografia

- BARROS, [Manuel de] Souza. Arte, folclore, subdesenvolvimento. Rio de Janeiro: Gráfica Editora Itambé, 1971 (2 ed. Rio de Janeiro: Paralelo, 1971; 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 1977. 240 p.)
- BENJAMIN, Roberto (organizador). Itinerário de Luiz Beltrão. Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 1998, 311 p. .
- CASCUDO, Luís da Câmara. Religião no povo. João Pessoa: Imprensa Universitária da Paraíba, 1974. 194 p.
- COLUCCIO, Félix. Cultos y canonizaciones populares de Argentina. Buenos Aires: Ediciones del Sol, 1994, 201 p. Il.
- _____. Las devociones populares argentinas. Buenos Aires: Nuevo Siglo. 1995. 239 p. il.
- EGAN, Martha. Milagros – votive offerings from the Americas. Santa Fé (New Mexico/USA): Museu of New Mexico Press, 1991. 199 p. il.
- FERNANDES, Aníbal Gonçalves. Região, crença e atitude – uma visão da religiosidade reativa de pequenos e médios agricultores de sub-áreas de Pernambuco. Recife: Instituto Joaquim Nabuco de Pesquisas Sociais, 1963, 71 p. il.
- MELO, José Marques de (organizador). Mídia e Folclore . O estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá (PR) Faculdades Maringá, 2001. 232 p.
- MOTA, Mauro. Votos e ex-votos – aspectos da vida social do Nordeste. Recife: Imprensa Universitária, 1968, 157 p. il.
- VALLADARES, Clarival do Prado. Riscadores de milagres. Rio de Janeiro: Vida Doméstica, 1967. 172 p. il.

ROTEIRO DO TRABALHO

- 1 – Preenchimento da Ficha 1 – Pesquisador
- 2 – Identificação da ocorrência dos cultos não-canônicos.
Levantamento de fontes documentais (jornais, artigos, livros)
- 3 – Preenchimento da Ficha 2 – Ocorrência (um exemplar por “santo”)
- 4 – Fotografar o ambiente de culto.
- 5 – Realizar entrevistas abertas com os devotos para coleta da oralidade de orações, cantos, narrativas.
- 6 – Recolha de textos escritos deixados no local.
- 7 – Transcrição grafemática e em pautas musicais (se for o caso).
- 8 – Análise do material e relatório.

FICHA 1 – PESQUISADOR

Nome: _____
 Endereço: Rua _____ nº _____ complemento
 _____ Código Postal: _____ Cidade: _____ Estado:
 _____ País: _____
 Endereço eletrônico: _____
 Instituição: _____
 Formação acadêmica: _____
 Ocupação atual: _____

FICHA 2 – “SANTO” NÃO-CANÔNICO

Nome do “santo” não-canônico: _____
 Sexo: - masculino - feminino
 Local do culto: _____
 Contexto sócio-econômico do local e dos devotos:

Categoria:
 - iluminado - anjo - inocente - vida errada
 Resumo da história de vida:

Observações:

- Não importa para a pesquisa questionar a veracidade dos fatos narrados.
- Os fatos narrados devem ser registrados tais como são contados.
- Indagar sobre a intercessão específica do “santo” para que tipo de problema dos devotos.
- Listar os tipos de ex-votos e outros objetos encontrados no local de culto.
- Anexar cópia do material escrito e das transcrições.

O folheto de circunstância: 11 de setembro em cordel

Maria Alice Amorim
Universidade Federal de Pernambuco - UFPE – BRASIL
linguadepoeta@hotmail.com

Resumo: Embora estudiosos vaticinassem o desaparecimento do folheto de “acontecido” ante o avanço tecnológico dos meios de comunicação de massa, a literatura de cordel não perdeu o vigor também nesse tipo de temática. Uma prova é a quantidade de títulos surgidos, em todo o país, a partir dos fatos e desdobramentos do trágico 11 de setembro, e a conseqüente aceitação do público, apesar de toda a mídia ter explorado o assunto à exaustão. Tal realidade faz pensar sobre os motivos que levariam tanto o autor, quanto os leitores e ouvintes de cordel a procurar esta forma de expressão literária, mesmo quando não há mais novidade jornalística no acontecimento registrado.

É na oralidade, hábito entranhado nas diversas culturas folk, que repousa o traço ancestral das literaturas populares. Por isso, e por outras razões que adiante apresento, não podemos dizer que os meios de comunicação de massa vieram suprir, com exclusivismo, a necessidade do povo em abastecer-se de notícias, tampouco ocupar o espaço de fruição dessas mesmas notícias, quando transmitidas por meios de comunicação produzidos pelo povo, e para consumo próprio, mesmo se o tema é algum assunto que envolva o imediatismo do enfoque jornalístico ou a premência do calor da hora, tão bem facilitados hoje graças à velocidade e sofisticação das novas tecnologias, cada vez mais acessíveis aos extratos sociais pobres. Foi exatamente o que ocorreu com os folhetos escritos sobre os atentados de 11 de setembro de 2001, cometidos nos Estados Unidos. Embora fadado a fenecer sob o império dos mass media, segundo o vaticínio de especialistas na morte do cordel, foi exatamente aí que o folheto de circunstância provou que agrada, sim, aos leitores e ouvintes porque, perante eles, exerce um fascínio.

Justamente no fascínio encontra-se a cadeia de explicações. Todos os títulos pesquisados, os quais encontram-se listados no final deste texto, fazem menção à barbaridade dos ataques e contra-ataques que desmantelaram a “ordem mundial”, além de apresentar, deliberadamente ou não, o posicionamento ideológico do escritor, que, em parte dos folhetos pesquisados, lança mão do humor e da ironia para apimentar a discussão sobre o assunto. A partir de um estudo comparativo da abordagem escolhida pelos poetas para tratar o tema, o objetivo do trabalho consistiu em descobrir os elementos (jornalísticos, históricos, sociológicos, filosóficos, literários) que tornam atraente o folheto de circunstância, num momento em que os meios de comunicação têm poder de penetração no meio popular muito maior do que o cordel escrito até os anos 70 do século XX. Sem dúvida nenhuma, o formato tradicional, a rima, o ritmo, o metro, a ilustração da capa, a opinião do autor e a maneira particular de abordagem e interpretação do fato, tudo se

transforma numa mistura fina, temperada ao sabor das metáforas e originalidade de cada poeta, cujo resultado é o deleite estético, o prazer do texto.

“Exercendo plenamente uma função de comunicação intermediária, o folhetos não são apenas informativos, mas também interpretativos, opinativos e de entretenimento”, é o que diz o folkcomunicador Roberto Benjamin. Evidentemente, a temática era por demais apelativa; aliás, a comoção mundial é um território movediço que suga a todos. Nesse rastro, intermediários entre os processos formais de comunicação e o auditório/leitorado, os poetas tinham mesmo que atirar-se a criar, a reescrever a história, ainda que repisada de todos os modos pelos MM. Afinal, era a dicção poética, além dos recursos estilísticos possíveis na literatura de cordel, que deveria falar mais alto do que George W. Bush, quando empunhou o megafone, ante os escombros do World Trade Center, para encorajar a equipe de resgate, conforme vemos no desenho de capa do folheto de Arievaldo e Klévisson Viana. O formato tradicional do livrinho é, sem dúvida, um elemento de atração, sobretudo pelo apego às vivências de infância, freqüente entre os leitores de cordel. Contribui no chamamento a apresentação da capa, oferecida em diversas cores (predominaram as suaves: branco, amarelo, rosa, verde azul, creme), e com variedade de ilustrações (xilogravura, fotografia, fotomontagem, desenho com bico de pena e técnica mista).

As “fôrmas” poéticas, tão do agrado de consumidores de folheto, aliam-se à rima, ritmo e metro, quase completando o círculo de apelos – digo quase porque o tom com que o poeta trata o tema confere à obra o status de obra singular, atraente justo por peculiaridades impostas pelo criador, ou seja, pelo estilo do criador, associado à quantidade e qualidade de informações que detém. No âmbito da aceitação popular, as formas fixas propiciam a declamação, a memorização e a transmissão oral. É uma linguagem a que o povo está habituado a apreciar e, por isso mesmo, favorece o ato de apreensão da realidade. A maior parte dos folhetos analisados utilizou sextilha e septilha. A décima apareceu esporadicamente e uma oitava, apenas uma, foi feita por Stênio Diniz, em meio a estrofes de seis e sete linhas, com inabituais rimas cruzadas nas sextilhas. Os títulos indicam o maior ou menor esforço interpretativo dos fatos. Eis o que predominou: a relação dos atentados com o desencadeamento de uma terceira guerra mundial, e a polarização entre terrorismo talibã e americanismo.

As lições de história frutificaram. Quem já conhecia ou teve oportunidade de pesquisar sobre as relações dos Estados Unidos com o mundo árabe islamizado pôde elaborar um trabalho mais rico em informações históricas e em análise interpretativa. Foi o caso de Allan Sales, no folheto O império contra-ataca, que começa, veemente, com uma retrospectiva de massacres

protagonizados pelos EUA, como a guerra do Vietnam, de Irã/Iraque, e a bomba atômica em Hiroshima. Segue descrevendo o terrorismo de estado, a hipocrisia de “jogar bomba e jogar pão”, para lançar perguntas sobre os métodos norte-americanos de dominação, para lançar um libelo de paz e, sobretudo, de repúdio a toda sorte de anti-humanismo. Músico e compositor do Crato, Ceará, radicado no Recife desde 1969, Allan recorre a tradição que não anda muito em voga para grande parte dos poetas populares: pega na deixa em todas as catorze estrofes (septilhas rimadas em ABCBDDDB) para fazer, conforme próprio depoimento na contracapa do folheto, “uma reflexão sobre a resposta dos EUA aos atentados de 11 de setembro. O império mais uma vez impõe a todos sua ‘pax romana’, com conseqüências imprevisíveis”. O autor faz uma leitura sociológica dos fatos, relaciona dados históricos, expõe e condena a ideologia da dominação americana sobre o mundo. É um folheto extremamente politizado.

O poeta Pedro Américo, igualmente interessado em politizar o debate, analisa os fatos a partir de dois personagens emblemáticos: Osama e Bush. Expõe as relações escusas entre Osama bin Laden e a família Bush, desde a época em que Laden foi treinado pela CIA para defender os interesses americanos no Oriente Médio, durante o período de dominação da União Soviética naqueles territórios, em plena Guerra Fria: Tio Sam criou Osama / para combater o comunismo. A partir desse enredo de cobras de mesma ninhada, e de feitiço vertido contra o feiticeiro, o poeta critica as políticas de dominação americana e sai em defesa do humano e das relações sociais justas. São quinze estrofes, doze em septilhas (rima em ABCBDDDB) e três décimas (ABBAACDDC), em que também sobressai a denúncia do terrorismo de estado, apontada como tão ou mais grave que o terrorismo de grupos religiosos manipulados por interesses de lideranças espúrias. As décimas, utilizadas normalmente em fictícias pelepas de cordel, são usadas para finalizar a história cujo título, um mote setissílabo em duas linhas (A dolorosa peleja de Osama bin contra Bush), poderia sugerir a possibilidade de haver glosa, principalmente pela presença dos versos de dez linhas. O título é, ainda, sugestivo, dentro dessa argumentação, porque usa a palavra peleja, entretanto não a oferece no sentido estrito da palavra. Assim, há a ocorrência deliberada de três indicativos de um gênero de cordel que, afinal, não se concretiza. Entretanto, o recurso é um jogo de palavras extremamente elaborado e lúdico.

É em tradicionais sextilhas rimadas em ABCBDB e metrificadas com esmero nas 59 estrofes distribuídas por 16 páginas que os irmãos Arievaldo e Klévisson Viana, do Ceará, apresentam o folheto publicado dois dias após a tragédia, numa clara convicção de que o assunto merecia ser explorado por cordelistas e, mais, que seria muito bem aceito pelos leitores e ouvintes. É um apelo à paz, não sem antes discorrer sobre as guerras no Oriente Médio e as

responsabilidades do Ocidente nesses conflitos; sobre a bomba atômica lançada pelos EUA sobre Hiroshima e Nagasaki; sobre a prepotência dos impérios, a exemplo do romano, otomano e, claro!, o americano; sobre a inteligência humana dirigida para as guerras, para o mal. Por ter sido publicado logo depois dos fatos, o folheto expõe as hipóteses de autoria dos atentados veiculadas nos jornais – talibãs, direita americana, Ku-Klux-Klan. Lança-as, porém sem querer induzir a nenhuma delas.

O poeta Olegário Fernandes, de Caruaru, infelizmente falecido na semana passada (03/04/2002), condena a fome, seca, carestia e, por cima de tudo isso, alarma-se com a iminência de uma guerra mundial, creditando ao americano forte, rico e potentado / e a metade do mundo / por ele é dominado a dura constatação de colher no presente / o que plantou no passado. Guaipuan Vieira também exorta: quem planta o mal colhe o mal / é a lei da recompensa. Stênio Diniz alerta, já no título, para os perigos de uma terceira guerra, e não se ilude acerca das causas: os modelos econômicos / precisam ser repensados / não se pode admitir / universo de explorados / é tempo de refletir / ou seremos arrasados. Marcelo Soares, que herdou do pai, o poeta-repórter José Soares, o gosto pelos folhetos de circunstância, alerta para uma provável guerra do fim do mundo, protagonizada pelos talibãs e os Estados Unidos, “o grande Satã”.

Um outro fascínio causado pelo livrinho noticioso é o repórter cordelista Paulo de Tarso quem resume na última estrofe do folheto Da ficção à realidade: Nova York em chamas. Diz a sextilha: Aqui foi outro resgate / do poeta cordelista / que também é um repórter / igual a um jornalista / mas narrando diferente / do jornal e da revista. É exatamente pela diversidade de linguagens que os diferentes meios de comunicação não engolem uns aos outros. Para cada mídia, é necessário um tratamento específico da notícia. Assim, o fato jornalístico em cordel ganha contornos próprios com a versificação, acrescido do charme da linguagem poética, que, para ser identificada como tal, exige a construção de imagens. É necessário ressaltar que, se um lead bem elaborado segundo a resposta àquelas cinco questões cruciais, tão caras ao registro do fato jornalístico (que, quem, quando, como, onde e por quê) é fundamental na captura do receptor, no folheto são as metáforas que iniciam e permeiam o texto o que mais cativa o consumidor de cordel. Nenhum poeta começa um bom folheto indo direto ao assunto, sem crescer um charme estilístico. Faz parte do enfeitamento invocar as musas, pedir inspiração aos deuses, ressaltar sentimentos de dor ou alegria, valer-se de lições bíblicas e sabedoria popular.

É a função estética do folheto um elemento de atração, da qual um dos resultados é o ludismo, o entretenimento. Daí a importância do modo como o poeta inicia os versos. Que Alá seja por mim / concedendo inspiração / como deu a Maomé / no momento do Corão / para que meus toscos versos / não tenham fins tão perversos / e nem causem comoção. Assim começa José Honório, em tom solene, invocando a proteção religiosa, os nomes de Alá e Maomé, a sapiência do Alcorão. Tudo passa nesta vida, / nada é novo sob o sol. / Nos diz o Eclesiastes / o maior livro do rol, / do Antigo Testamento / lindo como o arrebol. Assim começam Arievaldo e Klévisson Viana, exaltando a sabedoria bíblica, na tentativa de comover pelo argumento religioso, um forte argumento em situação de iminência de guerra. A força do mal ataca / outra vez este planeta / a chama da violência / traz uma luz violeta / que se apaga a cada instante / pelo som horripilante / surgida duma corneta. Assim começa Guaipuan Vieira, numa franca alusão às trevas do Apocalipse e à trombeta anunciadora do final dos tempos. Uma vez mais, o argumento religioso ecoa; o que não é novidade, graças à religiosidade dos autores e público de cordel. O destino é uma curva / fechada na contramão / filho de gato é gatinho / e quando cresce é gatão / mãe e pai azunha e mata / nem Alá que é Deus empata / fanatismo e obsessão. Assim começa o poeta Pedro Américo, contra-invocando a divindade, porque, embora a prerrogativa de onipotência, não livra a humanidade do fatalismo do destino em contramão, nem dos sentimentos impuros de “fanatismo e obsessão”.

Graças à iminência de uma guerra devastadora, e sob forte apelo à religiosidade popular, é recorrente o tom de admoestação, de invocação de preceitos morais, de alusão aos ensinamentos bíblicos e à sabedoria proverbial. É solene o tom de advertência. Para não perder a oportunidade de escrever sobre o tema, José Honório publica o folheto um mês após os atentados e, por isso, solicita a Alá que também receba os halos / do espírito picaresco para escrever uma história bem-humorada, após repassar os tópicos da tragédia de setembro. Ao terminar a narrativa da história do português que planeja um atentado contra o Congresso Nacional, em Brasília, exatamente por repudiar as piadas discriminatórias contra os lusitanos, o poeta retoma o discurso antibelicoso, antifanatismo, e em favor da democracia, da justiça e da paz. É importante ressaltar que o posicionamento do autor do folheto é sempre importante para marcar a diferença e, o que é melhor, o cordelista pode discorrer livremente sobre o assunto, expondo as próprias opiniões, crítica e análise, com a liberdade que os MM não têm, com a isenção que os MM não podem oferecer.

Longe de ser um método ineficaz de comunicação, ou um objeto de criação desprovido de valor literário, os folhetos publicados sobre o fatídico 11 de setembro atraíram, para si, não só as

atenções de leitores e ouvintes, também as atenções da mídia impressa e eletrônica, levando à produção de diversas matérias, artigos e reportagens. Os canais de televisão levaram o assunto à cadeia nacional, inclusive a outras partes do mundo por meio do sistema de TV a cabo. Os periódicos do Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, a exemplo do Correio Brasiliense, O Globo, Jornal do Brasil, Folha de São Paulo, entrevistaram poetas e pesquisadores, reproduziram trechos de folhetos, a capa de folhetos, fotografaram poetas. Num franco exemplo de metajornalismo ou metacomunicação, jornais de outras regiões e todos os jornais do Recife divulgaram a vitalidade do cordel de acontecido.

O que é um folheto de acontecido – Os estudiosos que se preocuparam em elaborar classificações temáticas dos folhetos de cordel catalogaram uma modalidade usada com frequência por determinados autores. É a que registra as notícias, como a morte de Getúlio Vargas, o menino que foi comido pelo leão do circo Vostok, um desastre de ônibus em Tacaimbó, as cheias do Capibaribe e as secas do sertão; enfim, acontecimentos que, mesmo apresentados em versos, são vistos sob a perspectiva do jornalismo. Com grande aceitação popular, alguns dos tais folhetos chegaram a surpreender pelo tamanho das tiragens. Conforme o pesquisador Roberto Benjamin, “João José da Silva chegou a produzir 200 milheiros de um único folheto de atualidade, sobre a morte do presidente Getúlio Vargas. Olegário Fernandes da Silva disse ter feito 24 milheiros d’A morte do coronel Ludugero”. Um poeta, ao identificar-se intuitiva e plenamente com essa modalidade, passou a auto-denominar-se “poeta-repórter”. Foi o paraibano José Francisco Soares (1914 – 1981), radicado em Pernambuco desde 1949, quem publicou, dentre outros títulos, Ludugero, morto ou vivo?, A cheia do Capibaribe, A gripe inglesa passeando no Brasil, O homem na lua, A morte de Juscelino Kubistchek.

Na classificação popular, coletada por Liêdo Maranhão, encontramos o folheto de acontecidos ou de época, cuja característica “é o seu aspecto jornalístico” e os poetas mais representativos são “Joaquim Batista de Sena, do Ceará; Rodolfo Coelho Cavalcanti, da Bahia; José Soares, do Recife; e Francisco de Paula”, conforme registra Liêdo. Nos ciclos definidos por Ariano Suassuna, situados a partir de dois grandes grupos por ele propostos (o tradicional e o de “acontecido”), há o ciclo histórico e circunstancial. Para Roberto Benjamin, os fatos de época ou de acontecido são classificados como folhetos informativos. Na classificação de Manuel Diégues Júnior, os fatos circunstanciais ou acontecidos subdividem-se naqueles de natureza física, repercussão social, cidade e vida urbana, crítica e sátira, elemento humano. Orígenes Lessa considera os casos de época dentre os temas efêmeros que não sobrevivem a reedições. No

catálogo de literatura popular da Casa de Rui Barbosa, basicamente elaborado por Cavalcanti Proença, tais folhetos encaixam-se na categoria “reportagem”.

Verificando a carga de tradição oral, o volume de informações, a familiaridade do poeta com esquemas de rima, ritmo e metro, a força poética das metáforas criadas por aqueles que são considerados, erroneamente, de poetas menores, não é possível render-se ao argumento simplista de que essa é uma literatura de produção pobre, sem complexidade. Além da importância comunicacional, que não se intimidou com a rápida evolução das tecnologias, é indiscutível a literária. Estão em jogo valores estético, pedagógico, lingüístico, sociológico, histórico, psicológico e filosófico, que não podem ser absolutamente desprezados, embora os compêndios continuem com o mesmo erro, ao considerá-la de pouca ou nenhuma importância. “No fim de contas, o desprezo ou esquecimento da literatura popular representará sempre o esquecimento e o desprezo do homem popular. E não se pense que isso é apenas um problema político, porque é também um problema científico e um problema estético”, adverte o professor e ensaísta português Arnaldo Saraiva. Ao invés de engolido pelos meios de comunicação de massa e novas tecnologias, e contra toda sorte de desprezo, o folheto vem interagindo, assimilando as mudanças, transformando os media em tema das narrativas e recursos favorecedores da continuidade, sem deixar desaparecer, felizmente, também os folhetos de acontecido ou de circunstância.

Bibliografia

1. Folhetos pesquisados:

DINIZ, Stênio. Terror nos Estados Unidos “Os perigos de uma 3ª guerra mundial”. Juazeiro: ed. autor, 2001.

FARIAS, P. Américo de. A dolorosa peleja de Osama bin contra Bush. Timbaúba: Folhetaria Cordel, 2001.

SALES, Allan. O império contra-ataca. Recife: ed. autor, 2001.

SILVA, José Honório da. O atentado terrorista e o dismantelo da guerra. Timbaúba: Folhetaria Cordel, 2001.

SILVA, Olegário Fernandes da. O atentado terrorista e o nosso sofrimento. Caruaru: ed. autor, 2001.

SOARES, Marcelo. A guerra do fim do mundo entre o povo talibã e os Estados Unidos que para eles são tidos como o “Grande Satã”. Timbaúba: Folhetaria Cordel, 2001.

TARSO, Paulo de. Da ficção à realidade “Nova York em chamas”. Fortaleza: ed. autor, 2001.

VIANA, A. e Klévisson. O sangrento ataque terrorista que abalou os EUA. Fortaleza: Tupynanquim, 2001.

VIEIRA, Guaipuan. Estados Unidos em chamas (um aviso para o mundo). Fortaleza: ed. autor, 2001.

2. Livros consultados:

BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação no contexto de massa. João Pessoa: ed.Universitária, 2000. 150 p.
_____. “Os folhetos populares e os meios de comunicação social”. Symposium: Revista da Universidade Católica de Pernambuco. Recife, ano XI, nº 1, set./69.

CAMPOS, Geir. Pequeno dicionário de arte poética. Rio de Janeiro: Ouro, 1965.

DIÉGUES JÚNIOR, Manuel. Ciclos temáticos na literatura de cordel. In: Literatura popular em verso. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1973. Estudos, tomo I. p. 1-151. (Col. de textos da língua portuguesa moderna, vol. 4)

SARAIVA, Arnaldo. Literatura marginal-izada. Porto: Roca Ares Gráfica, 1975. 172 p.

SOUZA, Liêdo Maranhão de. Classificação popular da literatura de cordel. Petrópolis: Vozes, 1977. 104 p.

A fotografia como processo folkcomunicacional

Profa. Dra. Cristina Schmidt Silva
Universidade de Mogi das Cruzes / Universidade de Taubaté – Brasil
Presidente da Rede de Pesquisa em Folkcomunicação
cris_schmidt@uol.com.br

RESUMO: A fotografia pode ser vista como registro de um momento histórico ou como um método de olhar a história. A inserção da fotografia no interior de São Paulo sempre esteve relacionada a acontecimentos pessoais ou coletivos que levariam à documentação histórica das diversas cidades. Com o passar dos anos, esse material tornou-se um mapa que nos leva a desvendar os caminhos da história do Brasil. O Vale do Paraíba é exemplo disso. Seu passado traz à tona lembranças que fazem parte do lembrar coletivo de toda nação. É nesse sentido que o artigo objetiva trabalhar, ou seja, mostrar que a fotografia pode ser usada como um método de leitura do passado e do presente. E considera que tal método traz evidências dos acontecimentos que o lembrar e o descrever verbal não contempla, mas faz pontes e interpretações ímpares.

Palavras-chave: fotografia, memória, folkcomunicação.

1. A fotografia como método

O registro de um fato histórico não é o registro do passado. Em outras palavras, o acontecimento registrado pela testemunha ocular não pode ser confundido com a lembrança e tão pouco o que dele se fará em um momento posterior, mesmo que se trate de uma descrição quase simultânea realizada por alguém que participou ativamente do acontecimento. Isto porque o registro pressupõe um trabalho posterior sobre o fato.

A fotografia não é passado em forma de recordação mas um novo fato histórico que deve ser tratado como tal. A fotografia é um documento que fala do passado e do presente onde atuam fatores de ontem e de hoje construindo algo absolutamente novo a respeito do acontecimento que o homem é incapaz de repetir. Cabe, portanto, ao pesquisador o problema que aqui se coloca de explicar a constituição do objeto que registra, bem como da produção do próprio ato de registrar.

Na pesquisa, a fotografia pode ser usada como uma fonte histórica ou como registro de uma fonte histórica. Em ambos os casos deve-se lembrar quem a produziu e com qual finalidade, de outra forma poderia se cair no engodo de tomar uma composição artística como um flagrante da vida real, sem levar em consideração a inventividade do artista. Na fotografia artística, por sua vez, busca-se produzir um objeto com um conteúdo estético que não pode ser confundido com a fotografia de registro ou o fotojornalismo. Nestas o conteúdo é realístico, isto é, captura o vivido. Mesmo neste caso é importante conhecer a intenção daquele que está por detrás da câmera, que através do ângulo, luminosidade, foco, etc., privilegia um fragmento do real - uma escolha.

Deve-se considerar que a intencionalidade excessiva pode levar a uma imagem inexpressiva ou vazia de significado. Isso por que, ou ela está próxima demais do fato “real” ou distante o suficiente para não capturar nenhuma informação e, dessa maneira, então, não gera qualquer registro. Porém, é através da fotografia que se encontra os detalhes mais sutis de um tempo passado.

*Apesar de toda a perícia do fotógrafo e de tudo que existe de planejado em seu comportamento, o observador sente a necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e agora, com a qual a realidade chamuscou a imagem, de procurar o lugar imperceptível em que o futuro se aninha ainda hoje em minutos únicos, há muito extintos, e com tanta eloqüência que podemos descobri-lo, olhando para trás.*⁶²

Dessa maneira, a imagem capturada é, além da intenção de quem a fez, a possibilidade de ativar os desejos em forma de memória que muitos não viveram mas guardam como registros em seus espíritos.

A captação desses registros permite uma leitura mais atenta, esgotando as possibilidades em cada raio. Com isso, será possível demarcar o período dos pisos, o momento histórico e o comportamento cultural que cada residência representa. Registrar fotograficamente tem sua metodologia definida empiricamente, pois cada gesto, cada imagem, cada objeto requer uma forma de abordagem e adequação dos equipamentos no que se refere a iluminação, posicionamento do fotógrafo e da câmera, e da quantidade de fotografias. Nesse momento, a imposição do objeto e a intencionalidade do fotógrafo são os delimitadores.

O objeto capturado é, ao mesmo tempo, parte de um texto cultural verbal e não verbal. A fotografia é uma evidência não verbal preponderante à compreensão das manifestações culturais. A cobertura visual, mais que a verbal, é a observação participante registrada através de um ensaio fotográfico. Tendo em vista a complexidade dos elementos que compõem uma manifestação e a necessidade de uma descrição visual, é que torna a fotografia uma linguagem e um método. A utilização de fotos permite a identificação dos elementos que representam factualmente a reconversão cultural; e amplia a pesquisa para além da circularidade do levantamento e registro escrito ou falado. Não se trata de negar a importância das outras linguagens, mas de retirar-lhes a exclusividade. A fotografia não tem caráter meramente ilustrativo; revela conteúdos e nos coloca “dentro” do texto cultural.

⁶² BENJAMIN, Obras escolhidas: magia e técnica. São Paulo Brasiliense, 1986, p. 94.

2. A fotografia no interior paulista

A penetração da fotografia e do cinema no interior paulista ocorreu por volta da última década do século passado. Desde sua introdução no Brasil, foram muitos os progressos técnicos até que os fazendeiros e mais tarde os industriais paulistas contratassem os “paparazzi” (fotógrafos itinerantes) e cinegrafistas para registrar os encontros familiares, o êxito de seus negócios ou ainda os eventos públicos. Poucos eram, no início, os bem-nascidos que não possuíam álbuns de família ou um “filmezinho” das viagens ou das férias no campo, do casamento ou do batizado dos filhos. No Vale do Paraíba, por exemplo, existem muitas fotografias das famílias, festas e de seus empreendimentos no período auge do café e da fase de consolidação da indústria.

Numericamente a fotografia logo superou os filmes. “A graça de ainda sermos olhados quando mais pudermos olhar, a ilusória e mágica imortalidade do colódio...”⁶³ seguiu encantando cada vez um maior número de pessoas. Carlos Lemos afirma que a fotografia “veio democratizar a oportunidade de se ter a fisionomia fixada no papel e perpetuada, como a dos reis, dos bispos, dos deputados, dos ricos”⁶⁴. Mas não foi apenas oferecendo aos indivíduos a possibilidade de apropriarem-se de suas próprias imagens que a fotografia cresceu. A prática de presentear com retratos as pessoas próximas também concorreu para isso, e foi a maior demanda que a fotografia já registrou.

*A expressão cultural dos povos exteriorizada através de seus costumes, habitação, monumentos, mitos e religiões, fatos sociais e políticos passou a ser gradativamente documentada pela câmara. O registro das paisagens urbana e rural, a arquitetura das cidades, as obras de implantação das estradas de ferro, os conflitos armados e as expedições científicas, a par dos convencionais retratos de estúdio - (...) -, são alguns dos temas solicitados aos fotógrafos do passado.*⁶⁵

A proliferação de fotógrafos amadores, no início do século foi assunto de cronistas da época e fez surgir a primeira revista especializada no assunto. Porém, o grande salto para a aceitação popular da fotografia foi mesmo dado com a sua utilização pela imprensa.⁶⁶ Os jornais e revistas se tornavam mais atraentes para os que liam e as fotos possibilitavam um certo acesso dos analfabetos. Desde então, a fotografia não conheceria retrocessos. A necessidade de fotos para documentos de identificação fez com que se multiplicasse o número de “lambe-lambes”

⁶³ MOURA, Carlos E. Citando Claude Roy em “Retratos quase inocentes”. p. 3.

⁶⁴ id.ibid., p. 53.

⁶⁵ KOSSOY, Boris. Fotografia e História. São Paulo, 1989, p.15.

⁶⁶ DURHAM, E. (In) ARANTES, A A . Produzindo o Passado. São Paulo, 1984, p.30-31.

(fotógrafos que se instalavam nas praças públicas com seus “laboratórios” embutidos nas câmeras) pelas cidades.

Um crescimento ainda mais intenso do uso da fotografia se verifica em nossos dias, quando há uma expansão do comércio de câmeras domésticas e filmes, impossível de ser dimensionada. Ficaram distantes os tempos em que o retrato como objeto pessoal, caro e significativo, e a máquina fotográfica, a “Kodak” como se diria nos anos 20, estavam ainda longe de serem acessíveis ao indivíduo. Os filmes não puderam fazer a mesma trajetória. Mais custosos, não se ofereceram ao consumo de pessoas mais humildes. Isso explica, em parte, sua menor incidência em relação às fotos.

A fotografia e o cinema partilham a propriedade de registrar situações da vida social de uma forma que nenhum registro anterior foi capaz de fazer. O retrato posado, o flagrante, as fachadas, e a filmagem de eventos públicos ou familiares nos ajudam a redefinir alguns aspectos da experiência cotidiana (ambiente, pessoas, gestos e objetos) revelando sujeitos históricos e representações que talvez nunca fossem apresentados pela documentação escrita. A espontaneidade, que algumas vezes é flagrada por este material, sugere o seu potencial informativo.

As cidades, suas edificações e mudanças, são flagradas pelas objetivas profissionais ou amadoras de máquinas fotográficas e filmadoras. Segundo Maria Cristina Wolff de Carvalho e Silvia Ferreira Santos Wolff⁶⁷, desde os meados do século XIX, a arquitetura aparece como elemento central nas fotos, em função de muitos interesses e fins.

A fotografia e a arquitetura iriam interagir e estabelecer relações, a princípio ditadas pela acolhida do invento, não como forma de expressão artística, mas como recurso inédito e fascinante, que tornava possível a reprodução do edifício sem a intermediação do artista. O sentido de realidade da fotografia era exacerbado pela ausência de uma intervenção explícita como a que os meios tradicionais de representação carregavam.⁶⁸

É necessário, entretanto, não conceber a foto ou o filme como reprodução da realidade objetiva. A fragmentação da continuidade da vida, enquadramentos planejados, os retoques e as montagens, são elementos da sintaxe dessa linguagem à qual a realidade é submetida. A leitura desse material não pode ficar restrita à visão natural, mesmo que atenta. É importante que o olhar

⁶⁷ CARVALHO, M. Cristina W. e WOLFF, Silvia F.S. (In) Fotografia: usos e costumes no século XIX. p. 143.

⁶⁸ id.ibid., p. 143.

sobre ele seja esquadrinhador, classificador, analítico e, o mais relevante, deve ultrapassar as margens do quadro e se aprofundar na minuciosidade do detalhe.

3. Contexto de aplicação do método: o Vale do Paraíba

O Vale do Paraíba foi uma das primeiras regiões brasileiras a ser explorada pelos portugueses em busca de mão-de-obra escrava (índios) e metais preciosos. A partir de 1628 teve início, dessa forma, o povoamento pelas cidades de Pindamonhangaba e Tremembé e, em 1636, já formava Taubaté.

Em 5 de dezembro de 1645, Jacques Félix fundou a Vila de São Francisco de Chagas de Taubaté, o primeiro núcleo oficialmente conhecido no Vale do Paraíba. Essa Vila desencadeou um processo de povoamento regional. O Capitão Domingos Luiz Lame deu origem a Vila de Guaratinguetá em 1651. A partir de 1652 inicia-se a povoação de Nossa Senhora da Conceição de Jacareí. No litoral, em 1666 foi construída a Capela de Santo Antônio e, através desse marco, dá-se a constituição de Paraibuna.

Na região Norte do Vale, em 1669, a povoação de Tremembé foi iniciada por Baltazar da Costa Veiga. São José da Paraíba, hoje São José dos Campos, era uma aldeia jesuíta, foi fundada pelo Irmão Manuel de Leão, em meados de 1643. Os povoados tinham uma economia básica de subsistência, uma vez que viviam distantes dos centros de comercialização de produtos. A mão-de-obra indígena era escassa em decorrência do massacre durante as explorações. As atividades culturais estavam diretamente ligadas à Igreja Católica que definia as relações sociais.

Os bandeirantes taubateanos penetravam os sertões dos cataguás em busca de ouro, sem medir distância ou obstáculos, desde a descoberta dos primeiros jazigos por Antônio Rodrigues Arzão. E proporcionou a instalação da Casa de Fundição de Ouro em Taubaté, em 1695. Através do Ribeirão Embaú, os bandeirantes atingiram o Planalto Mineiro e fundaram dezenas de cidades, entre elas: Ouro Preto, Mariana, São João Del Rey, Campanha, Aiuruoca, Ouro Fino, entre tantas outras. E, na medida em que o ouro diminuía, penetravam mais e mais a Serra de Mantiqueira e outras regiões fundando novos povoados.

Mas aos poucos, o ouro foi se esvaindo forçando o Vale do Paraíba recorrer a outras fontes de sustentação da economia. A partir de 1750 foram instalados os primeiros engenhos de açúcar e álcool e, em decorrência, introduzida a mão-de-obra africana. Esse fato vai impulsionar o comércio exportador e provocar um processo de urbanização nas vilas do Vale.

Com o crescimento da agricultura do café em todo o estado de São Paulo, o Vale do Paraíba, mais uma vez, substituiu a sua economia. O processo é tão rápido que em 1836 a cafeicultura domina a região e atinge seu período áureo na década de 1850\1860. O Café vai acelerar o processo de urbanização no vale do Paraíba e constituir uma infra-estrutura aos moldes das grandes metrópoles. A construção da Estrada de Ferro Central do Brasil e a navegação a vapor pelo Rio Paraíba, vão aproximar os povoados das emergentes capitais.

Sob a influência da Igreja Católica e dos imigrantes europeus, são construídas escolas de formação rigorosa, teatros, jornais, clubes, e é ampliado o comércio. E merece destaque o aspecto arquitetônico dessas construções e das casas de fazenda e de cidade, seguindo os padrões e técnicas importados. Tudo isso como reflexo da riqueza do café e que constituiu uma opulenta aristocracia valeparaibana.

Porém, a partir de 1870 a cultura do café dá sinais de declínio. E, finalmente com a queda da bolsa de Valores de Nova Iorque, em 1929, vai provocar a decadência total do café no Brasil, a falência de muitos fazendeiros e uma nova crise no Vale do Paraíba. Com mais uma crise, os grandes produtores passam a utilizar racionalmente as terras com a plantação de outras culturas como o milho e o arroz. Esses produtos exigem do agricultor a implantação de tecnologia apropriada para garantir boas safras. A partir daí, a mecanização da agricultura vai garantir o abastecimento das cidades e vai gerar novos empregos. Estes foram alguns dos fatores decisivos para a instalação da indústria na região. Além disso, o fato de estar localizada entre os principais centros de consumo e distribuição nacional e internacional do país, São Paulo e Rio de Janeiro, fez com que as indústrias buscassem o Vale do Paraíba como ponto estratégico de instalação.

A industrialização do Vale do Paraíba tem início em meados de 1880 e vai tomar corpo meio século depois, para atender a um mercado criado com as duas guerras mundiais. Depois, adota um novo perfil na década de 1970 com a instalação de Multinacionais e a Rodovia Presidente Dutra. Um poderoso polo econômico que necessita de uma mão-de-obra especializada e, para isso, força o crescimento de escolas técnicas e de ensino superior; e uma mão-de-obra desqualificada operária que absorve os migrantes de outras regiões do país.

A forte industrialização do Vale do Paraíba acompanhado de um acentuado processo de urbanização das cidades trouxe conseqüências que alteraram a Cultura Regional. A "Cultura da Modernização" provocou o êxodo rural, o rompimento com as tradições e modificou os costumes da população em todas as áreas: educação, saúde, habitação, transporte, lazer e arquitetura.

4. Considerações finais

Lembrar dessa história ou resgatar os registros dos fatos que marcaram esses momentos não é uma ação involuntária, trata-se de uma resposta a um estímulo sofrido seja por experiências individuais ou coletivas. Há lembranças e registros que são confissões, denúncias, revelações de toda uma existência. Há outros que são fugidios e outros, ainda, que atormentam como fantasmas que são exorcizados no ato de narrar o registro fotográfico. “A experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram todos os narradores” diz Walter Benjamin⁶⁹; seja ele um viajante, que registrou suas aventuras das estradas e dos lugares de sua passagem, seja ele alguém que nunca saiu de seu lugar de origem e tem os registros das tradições e das lutas do seu povo.

Isso implica em compreender o sentido que cada etapa histórica adquire a respeito de um acontecimento vivido. E que cada etapa seja marcada, segundo Alfredo Bosi, com números e nomes, por *numes*.⁷⁰ Na história do Vale do Paraíba há a presença marcante dos patrimônios arquitetônicos e naturais: casas, fábricas, cachoeiras, represas, navios, estradas de ferro. E muito intensamente a presença marcante do patrimônio cultural ou das manifestações culturais: festas, músicas, danças, artesanato, comidas. Dessa forma, podemos dizer: o processo histórico é marcado por nomes, números e patrimônios, por *patrimunes*.

Assim, os patrimônios registrados em imagens fotográficas podem acionar um lembrar coletivo na medida em que forem sendo *re-gistrados* outra vez, identificando esses *numes* e *patrimunes* neste momento da história.

*A cidade se embebe como uma esponja dessa onda que reflui das recordações e se dilata. (...) Mas a cidade não conta o seu passado, ela o contém como as linhas da mão, escrito nos ângulos das ruas, nas grades das janelas, nos corrimãos das escadas, nas antenas dos pára-raios, nos mastros das bandeiras, cada segmento riscado por arranhões, serradelas, entalhes, esfoladuras.*⁷¹

Registra-los em fotografia descrevendo os seus detalhes e destacando seus protagonistas é a possibilidade de ativar valores que muitos não viveram, mas guardam como registros em seus espíritos; ou seja, o registro fotográfico a partir do cotidiano presente nos remete aos costumes e a uma produção material e simbólica que se tornou patrimônio da cultura. Nesse sentido, Eunice Durham toma a cultura como ação significante e aplica à compreensão de patrimônio histórico:

⁶⁹ BENJAMIN, op.cit., p.198

⁷⁰ BOSI, A. O tempo e os tempos. (In) NOVAES, A. Tempo e História. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p.19.

⁷¹ CALVINO, Í. As cidades invisíveis. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, p.14-15.

Nessa perspectiva, devemos tentar definir o patrimônio em função do significado que possui para a população, reconhecendo que o elemento básico para a percepção do significado de um bem cultural reside no uso que dele é feito pela sociedade. Devemos conceber o patrimônio cultural como cristalizações de um 'trabalho morto' que se torna importante exatamente na medida em que se investe nele um 'novo trabalho cultural', através do qual esse bem adquire novos usos e novas significações. (...) Desse modo, podemos conceber que haja certos bens privilegiados, em virtude dos significados que acumularam durante sua história, que merecem um esforço especial no sentido de preservá-los e colocá-los à disposição da população para usos futuros.⁷²

Mas nenhum aspecto do cotidiano por ser ação e função é, por isso, um patrimônio cultural histórico. Ele se torna patrimônio histórico após o processo de registro em fotografia e lembrança - individual ou coletivo - trazendo informações que o liguem a acontecimentos que o tornem ímpar. E esse é o método que propomos.

⁷² SUSSEKIND, Flora. O cinematógrafo de letras, p. 56.

Marujada de B (pa): (des)construções e construções.

Luíndia Azevedo, L.E.
Universidade do Amazonas
luinda@uol.com.br
Brasil

Resumo: Realizada em Bragança-PA, a Marujada teve origem em 1789, com a criação da irmandade de São Benedito e a construção da igreja ao padroeiro. Ao ritmo do “retumbão”, a dança lembra o balanço das ondas, e hoje, a Marujada é uma festa que através do sincretismo, ganhou re(signação), unidade e diversidade e o incremento do turismo. Como se deu o processo de intercâmbio de informações nos espaços inovadores de apropriação e reapropriação dos símbolos emblemáticos de uma celebração ibérica/afro que atravessou mais de 200 anos de construções e (des)construções para adentrar a lógica mercantilista do turismo?

Origem

A Marujada é uma manifestação tipicamente da microrregião do Salgado, município de Bragança, nordeste do Pará. Teve origem em 1789, quando os senhores de escravos permitiram que eles criassem a irmandade de São Benedito e construíssem uma igreja em homenagem ao santo. Em agradecimento, os negros foram à casa de seus senhores dançarem a Marujada.

Em Bragança, a dança constitui-se quase que exclusivamente por mulheres cabendo-lhes a direção/organização. Os homens tocam os instrumentos ou são apenas acompanhantes. Não há número limitado de marujas, ninguém fala ou canta. Não há dramatização de qualquer feito marítimo. Sua principal característica é a dança, no ritmo “retumbão”[1]. Retumbão é o lundum[2]; para alguns é o próprio lundum, puro que saiu da senzala para o salão aristocrático. Cadenciado por um grande tambor, é ritmo lento, grave, e na Marujada, discretamente sensual. As mulheres usam blusa branca, pagueada e rendada, saia rodada vermelha ou branca com ramagens de diversas cores. A tiracolo usam uma fita azul ou vermelha. Na cabeça, um chapéu todo emplumado e cheio de fitas de várias cores. O chapéu é a parte mais vistosa da indumentária, normalmente fabricado de carnaúba, de palhinha ou mesmo de papelão. Furado internamente e externamente para segurar cordões, prender papéis de cores, casquilho dourado ou prateado. Ao alto, plumas e penas de aves de diversas cores formam um largo penacho. No pescoço, colares de contas ou cordões de ouro e medalhas. Os homens usam calça e camisa branca ou de cor, chapéu de palha revestido de panos e com uma flor em uma de suas abas.

Quando elas dançam... parecem as ondas do mar

Tambor grande e pequeno, cuíca, pandeiro, rabeca, viola, cavaquinho e violino são os instrumentos musicais que acompanham as marujas que caminham ou dançam em duas filas. Seus

passos lembram o balanço das ondas, tendo à frente de uma fila a Capitoa, e na outra fila, a sub-capitoa. A Capitoa leva um pequeno bastão de madeira, enfeitado de papel, tendo na extremidade uma flor. Atrás e no centro, fechando as duas alas vão as marujas e os marujos. Em fila, a dança é de passos curtos e ligeiros, um volteio ora numa direção, ora noutra, inversamente. Assim elas dançam descrevendo graciosos movimentos, tendo os braços ligeiramente levantados para a frente e à altura da cintura, como se tocassem castanholas. A dança obedece ao compasso marcado do tambor grande. A marujada dança de preferência nos seus barracões, um ao lado da igreja e outro próximo da casa do juiz ou juíza.

A organização e a disciplina são exercidas por uma Capitoa e por uma sub-capitoa. A escolha da capitoa é feita pelas marujas, em assembléia. A partir daí, a Capitoa escolhe a sua substituta, nomeando a sub-capitoa, que somente assumirá o bastão de direção por morte ou por renúncia daquela.

Hoje, a Marujada é uma festa composta por elementos provenientes de matizes culturais bem diferentes, mas que através do sincretismo, ganhou uma resignação, uma unidade e uma diversidade. Existe oferenda para santo, homenagem a náufragos, missa, procissão e até uma alusão à cavallhada- guerra religiosas travadas na Idade Média entre mouros (trajados de azul) e cristãos (trajados de vermelho). A festa atrai milhares de turistas e movimentam a cidade durante o ano inteiro. Os preparativos começam em junho quando três imagens de São Benedito percorrem o município de Bragança e os vizinhos arrecadando donativos e ex-votos de promesseiros. Nos dias 25, 26 de dezembro (dia de S. Benedito) e no dia 1º de janeiro acontece o ponto alto da festa: a dança da Marujada.

E, ... a Marujada de outros lugares...???

A Marujada do Nordeste e outras partes do país, é uma dança dramática, de inspiração náutica, de origem ibérica, com diversas denominações diferentes, de região para região. Denominada de Nau Catarineta, Barca, Fandango ou Chegança de Marujos. São danças realizadas através de uma auto-dramatização da tragédia da nau Catarineta, com o domínio do canto sobre a dança. Barca é a dança realizada em João Pessoa-PB, onde os personagens vestem-se marinheiros, o enredo narra as tormentas em alto mar e trabalhos a bordo, como também o episódio da "libertação da Saloia", iniciadas com troca de sinais entre a "Nau Catarineta" e a "Fortaleza do Diu". Consta o auto de cantos, recitativos, diálogos e da "morte e ressurreição do Gajeiro". Os personagens são masculinos, excluindo a Saloia, que é interpretada por uma menina moça.

O fandango tem vários sentidos no Brasil. Em alguns estados do nordeste, fandango é o bailado dos marujos ou marujada, ou ainda, chegança dos marujos ou barca. No Sul (S. Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul), fandango é a festa, baile com danças regionais. Acredita-se que os portugueses tenham introduzido o fandango no Brasil, sobretudo pelos nomes que as variações dessa dança recebem no sul do Brasil: marrafa, manjerição, tirana, ciranda, cana verde e outras.

Bragança: peróla do Caeté, monumentos históricos e praias oceânicas

Praias oceânicas, maior reserva de guarás vermelhos do planta, monumentos históricos, cultura popular, rios de água cristalina e a ... Marujada. Bragança é uma das cidades mais antigas do Estado do Pará, localizada na microrregião do Salgado, nordeste do Pará. Primeiro vieram os franceses, depois os espanhóis e finalmente, os portugueses, encarregados pela maioria da construção dos prédios da cidade. Hoje, a pequena vila que se tornou município em 1975, conta com mais de 80 mil habitantes e vive basicamente da pesca e da agricultura, sendo a farinha e o caranguejo, os principais produtos da região. Bragança tem ligação com Belém por saídas diárias de ônibus, vans, táxis. A viagem a partir de Belém, tem a duração de duas e meia de carro, e de três ou quatro horas de ônibus. Apesar de não ter linha regular de avião para o município, há uma pista de pouso afastada com capacidade para aeronaves de pequeno e médio porte. A viagem dura cerca de 50 minutos, ao preço médio do frete por R\$ 800,00. Mesmo tendo acesso marítimo e fluvial, esse transporte é pouco utilizado, sendo a viagem de estrada mais rápida e segura.

O início das obras de construção da estrada de ferro que ligaria Bragança a Belém, começou em 1884. Vinte e cinco anos se passaram e somente em 1908, a estrada foi concluída. A importância dessa ferrovia foi de grande porte para a economia do Pará, uma vez que era o meio mais rápido de escoar a produção local que vinha da região bragantina. Sua viagem durava cerca de dez horas e percorria 93 km, em dois tipos de trem, um para transporte e outro para passageiros. À época, os governos locais não conseguiram manter a estrutura que necessitava de um novo tipo de transporte, com isso, o sonho de acelerar a imigração e o desenvolvimento na região transformou-se em uma quimera. Os restos da estrada de ferros transformou-se no prédio, que, atualmente abriga o Terminal Rodoviário de Belém, e os vagões do trem abriga uma sorveteria no Parque da Residência, antiga residência oficial dos governadores.

Bragança conta um número razoável de hotéis e pousadas e tem pelos menos quinze prédios históricos a ser visitados. Destacam-se nesse sentido a Prefeitura Municipal, o Coreto, a Casa da Família Medeiros e o Instituto Santa Terezinha. O prédio da prefeitura foi inaugurado em

1902, é cópia fiel do Palácio de Bragança, em Portugal. Todo em alvenaria, sua cobertura é de telha de barro e o piso revestido em ladrilho hidráulico. O coreto, denominado de Pavilhão Senador Lemos, fica em frente à Prefeitura, foi construído e inaugurado, em 1910. Suas peças vieram da Europa e representam o marco do ciclo da borracha na Amazônia. A Casa da família Medeiros é em estilo português, com o assoalho de acapu e pau-amarelo, o forro original é pintado de azul e branco. Os azulejos são o marco mais interessante nas paredes externas da casa. O Instituto Santa Terezinha, fundado em 1938, hoje, funciona como residência das feiras missionárias e como escola de primeiro e segundo graus.

A área mais chamativa de turistas de Bragança é realmente, a praia de Ajuruteua ("teua" significa lugar e "ajuri" é devido à fruta da região, que tem o mangue como seu hábitat.) É considerada uma das mais belas praias do litoral paraense, com um mar propício tanto a surfistas arrojados quanto a banhistas tímidos. Fica a 20 minutos de carro de Bragança. São mais de 150 km de areia branca, fina, águas claras e ondas fortes, além de ser cercada por dunas e mangues. Em julho, com o início do verão local, é invadida literalmente por turistas de vários lugares do país e do exterior. Já nos outros meses, fica deserta, apenas povoada de pescadores, caranguejeiros, meninos e meninas vendedores de "ajuri" e de alguns surfistas à espera, talvez da "pororoca"[3], sonho de todo surfista da região amazônica.

Ajuruteua conta uma infraestrutura- hotéis, pousadas, bares, mercadinhos- adequada ao número de visitantes, sendo o lugar ideal para degustar o famoso caranguejo ao toc- toc. É um lugar tranquilo, onde o turista pode passear de barco pelos rios da região, e, ainda, participar de uma breve e relativa experiência do modo de vida dos pescadores da região.

Outro atrativo é Ilha das Canelas, uma ilha oceânica localizada na costa de Bragança. Belíssimas praias de areias finas e desertas compõe um cenário mítico e solitário. Conhecida como a ilha dos pássaros, pela grande diversidade desses animais, em especial dos guarás vermelhos, aves em extinção no mundo. É de consenso geral entre os especialistas no assunto que Canelas possui o maior ninhal do planeta.

Alimentam-se de peixes e microcrustáceos, que povoam as áreas de mangue, muito encontradas em Bragança. Chega-se à ilha de barco ou voadeira, a viagem dura pelo menos duas horas.

A viagem é inesquecível: os caranguejos saem da terra e suas cores vivas chama a atenção dos viajantes. Como explicação sobre o colorido dos caranguejos, os pescadores contam o seguinte: o peixe baiacu e o aratu (espécie de caranguejo) fizeram um acordo onde cada uma pintaria o corpo do outro. O baiacu cumpriu sua parte, tingindo de muitas cores o caranguejo que depois de enfeitado, ficou envaidecido e ao mesmo tempo, por preguiça, pintou apenas três listras pretas no baiacu. Enraivecido, o baiacu resolveu vingar-se do aratu e até hoje toda vez que se encontram o baiacu devora o traidor.

Não há infraestrutura, a não ser as casas que fazem parte do povoado de pescadores. Nas casas, os turistas encontram hospedagem. No povoado pode-se degustar uma iguaria muito própria dos pescadores da região bragantina: "o avoadado" (receita típica e muito usada quando vão pescar por muitos dias, ficando o tempo livre muito curto; o peixe fresco é limpo sem tirar a pele, temperado apenas com sal e depois colocado para assar diretamente sobre as brasas de um fogareiro de barro ou de uma pequena fogueira. O "avoadado" é acompanhado de farinha de mandioca).

A ilha, hoje, constitui-se uma área de preservação ambiental devido em grande parte aos seus mangues e aos ninhos de guarás vermelhos.

Marujada: construções e (des)construções do turismo

Em que patamar se dá ou não a relação da Marujada com a indústria do turismo? Provavelmente a indústria do turismo não atue diretamente sobre a festa e o que ela representa, até porque a maioria das pessoas visitantes do município não se interessam em entender o que está sendo mostrado. Não se interessar em compreender aquilo que está sendo mostrado na Marujada foi o maior enfoque da pesquisa realizada por alguns alunos do curso de Comunicação da Universidade Federal do Pará, em (2000):

"a festa é muito bonita. Da mesma forma que podemos encontrar pessoas que demonstram não se importar muito com a Marujada, outras, pelo simples fato de conversar sobre o assunto se emocionam, choram e lembrando de fases de sua vida que se re-lacionam com o festejo em homenagem a São Benedito".

Infraestrutura, acomodações, conforto, bem-estar, atendimento com qualidade, alimentação, enfim satisfação pessoal é, o que realmente, interessa ao turista. Nesse sentido Rodrigues (1997) enfoca que essa satisfação pessoal do turista é colocada como condição básica inerente ao turismo, ou seja, a satisfação das necessidades do turista, para que este seja um consumidor generoso e prazeroso.

Rodrigues (op.cit.) compartilha com Swarbrooke (2000) que se deve pensar na relação custos X benefícios que o turismo traz à população residente, impactos relacionados com a economia e impactos relacionados com a vida social, política e cultural dos moradores da região. Como se dão esses impactos? Dentre os impactos econômicos positivos para o beneficiamento de uma localidade turística estão: o aumento de receitas, estímulo de investimentos, aumento do recebimento de divisas, geração de empregos (ainda que temporários), implantação de infraestrutura, capacitação de recursos humanos. Nos impactos negativos, temos o monocultivo do turismo, o desvio de benefícios econômicos e transformações nas ocupações profissionais, dentre outros.

Dentre os impactos sócio-culturais positivos temos: conservação do Patrimônio Cultural, renovação da identidade cultural, intercâmbio entre as culturas do visitante e o visitado, desenvolvimento de novos mercados para artesanato e formas de artes tradicionais, renovação de formas de artes tradicionais, aumento da conscientização de estilos de vida em todos os lugares do mundo, migração para a comunidade de pessoas dinâmicas para nela morarem e/ou trabalharem. Já os impactos negativos são: comercialização excessiva, perda da autenticidade das manifestações culturais, conflito de valores, superpopulação acarretando perda de espaço para o local, pressão para substituir o artesanato tradicional por outros produtos que os turistas exigem, banalização/modificação de formas de arte tradicionais para satisfazer desejos dos turistas; novos hábitos alimentares (fast food), crescimento de criminalidade e dominação da comunidade por imigrantes de outras comunidades.

Os impactos econômicos tanto os positivos quanto os negativos são mais visíveis (tangíveis) e os mais convincentes quando se trata de investimentos para alavancar o turismo em uma cidade, porque geram uma resposta mais rápida de acordo com o desenvolvimento turístico local. Já, os impactos culturais são menos visíveis (intangíveis), por serem mais claros somente a longo prazo. Normalmente quando são detectados, pelo menos os negativos, a descaracterização das formas simbólicas já estão num nível bem abaixo do que se quer. O estágio de irritação total dos locais em relação ao turista ganha uma escala tão grande que acaba por prejudicar a experiência da viagem.

Em que medida pode haver construções e (des)construções nas manifestações culturais, especificamente, a Marujada através da mercantilização do turismo? Na literatura especializada, o turismo é seriamente questionado em função da descaracterização e padronização cultural. Argumenta-se, assim, que o caráter essencialmente mercantil do turismo provoca sérios impactos

no interior da cultura popular e no artesanato. Como conseqüências, temos descaracterização e padronização dos produtos culturais. Pretende-se, aqui, trabalhar as construções e (des) construções criadas pela indústria do turismo, dentro de uma perspectiva mais adequada à dinâmica do processo social que vivemos enquanto sujeitos históricos. O turismo em nossa realidade contemporânea cria condições para o estabelecimento de uma relação de confronto/aproximação entre o artesanal, enquanto reino do primitivo, do exótico e do original, e o industrial, enquanto reino da produção em série, da moda, do comum.

De que forma o estudo da articulação das festas ditas populares podem se articular com o mercado capitalista e desse modo, construir relações sociais, sob a perspectiva de que essas manifestações, hoje, constituem-se produtos e bens culturais que estão à venda e à disposição de uma maior número de consumidores de coisas diferentes de seu dia a dia? É possível, ainda, nessa fase de globalização, de mundialização da cultura e do fenômeno turismo dizer que festas populares podem não ter o viés do mercado capitalista, a exemplo de algumas festas no México, estudadas por Canclini (1982)? Em que medida a Marujada está próxima do mercado capitalista? Se antes, era uma pequena homenagem a São Benedito, transformando-se, hoje, numa festa composta por elementos provenientes de matizes culturais bem diferentes, mas que através do sincretismo ganhou uma (re) signação, uma unidade e uma diversidade? Existe oferenda de santo, homenagem a naufragos, missa, procissão, almoço do juiz, jantar da juíza e até uma alusão à cavallhada - guerra religiosa travada na Idade Média entre os mouros (trajados de azul) e cristãos (trajados de vermelho). A festa atrai milhares de turistas e movimenta a cidade durante o ano inteiro. Os preparativos começam em junho quando três imagens de São Benedito percorrem o município arrecadando donativos e ex-votos de promesseiros. Nos dias 25, 26 de dezembro (dia da S. Benedito) e em 1º de janeiro acontece o ponto alto da festa: a dança da Marujada.

A mídia e a indústria do turismo estão interessados em fenômenos culturais que dêem retorno comercial, que dêem público e publicidade. Num determinado momento, indaga-se, a Marujada pode estar sendo produzida, no sentido de "espetáculo" apenas para o turista? É muito cedo para responder, de maneira definitiva, a essa indagação. Elementos e cenários mais configurativos da indústria do turismo e do capitalismo, cujas lógicas consistem em buscar cada vez mais o lucro, ainda, não estão desenhados na festa da Marujada. Não pode-se dizer que a Marujada constitui-se em mercadorização cultural e que necessariamente haverá a destruição do significado dos produtos culturais, que orientados para turistas, adquirem novos significados para os seus produtores.

Aquilo que é oferecido aos olhos dos turistas como imagens dominantes da cultura hospedeira é também o que os membros da população local devem olhar e considerar como imagens de quem eles são. Turismo, torna-se, assim, importante meio por intermédio do qual emerge o sentido de uma estética dividida e de uma identidade coletiva.

Dentro dessa ótica, o turismo constrói laços entre o primitivo, o exótico, o tradicional e a mercadorização visando a reinvenções das tradições. Pontes são criadas entre os fenômenos culturais e o turismo. E esses fenômenos culturais, atualmente, estão sendo assimilados por contingentes sociais que possuem maior interação no conjunto da sociedade, como a classe média. As classes sociais, então, passam a interagir de maneira mais dialética. Cultura, turismo, infraestrutura e mercado interagem em várias combinações na busca de envolvimentos, mesmo temporários, como a Marujada. Esses envolvimentos viabilizam ações de políticas culturais e turísticas que proporcionam geração de emprego e de renda.

Considerações

Embora seja predominante a tese de que o desenvolvimento das sociedades modernas provocou a extinção da tradição, como se não pudesse mais haver passado, formula-se a hipótese de que como muitas crenças, práticas religiosas - apesar do avanço do pós-modernismo - continuam a nortear muitos fenômenos culturais? No caso da Marujada, como sustentar a tese de que ela mesmo com suas mudanças e recriações continua, em sua essência, a prestar homenagem a São Benedito? Quando Cohen (op.cit.: 386) fala de "identidade coletiva", argumenta-se que a Marujada possui não somente uma identidade coletiva, mas também uma individual e que ambas não são excludentes. A identidade individual reafirma a identidade coletiva e a manutenção do grupo. É como se a perdurância da festa e do grupo só pudessem permanecer quando as duas se mantiverem vivas e presentes. Quando a Marujada é "mostrada" aos turistas, a auto-identidade se forma a partir do sentido que cada um brincante tem de si mesmo. E a coletiva se apresenta quando cada um mostra pertencer como membro de um grupo social. Em síntese, as duas intensificam o sentimento de "pertença" de parte de um grupo social que tem uma história e vários objetivos: oferecer através da dança da Marujada uma volta às origens numa forma de reconstruir e reconectar os indivíduos- turistas em seus lugares de origem, reais ou imaginários. Baseado nesses princípios, o turismo acaba sendo trabalhado como uma forma de manifestação da comunicação humana, da convivência social e da produção de cultura pelo homem.

Como então trabalhar a questão de que os turistas procuram atrativos que não estão integrados no seu trivial, como o exótico, uma situação diferente? Dentro dessa visão, corroborada

por Pelegrino Filho (1993:126-9), o desenvolvimento do turismo no Brasil, inseriu as manifestações do folclore ou cultura popular em “ofertas diferenciadas”.

A maioria dos defensores das culturas populares salientam que a presença massiva de turistas implica em “descaracterização” de determinadas manifestações folclóricas, inclusive enfatizam seu desaparecimento. Outros preferem adotar uma outra ótica, e entre eles, Pelegrino Filho (op.cit.:127), compartilha a idéia de que pode haver substituições e recriações, num processo dialético. No meu entender, as manifestações populares ou fatos folclóricos estão inseridos na dinâmica sociocultural, sofrendo não somente inferências da mídia contemporânea, mas também modificações provenientes do próprio grupo que procura manter, não na ótica do imobilismo, mas na perdurância da manifestação e do próprio grupo. Turismo e legado cultural se interpenetram na Marujada, na busca de reinventar a tradição na pós-modernidade.

Bibliografia

- AZEVEDO, L. E. (2001). Festas, festas de santo: rituais amazônicos. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Intercom-. Campo Grande. Anais eletrônicos... Campo Grande: UFMS, 2001. Disponível em: <http://www.intecom.org.br/gt/folkcomunicação>
- _____ (2000). Boi Bumbá de Parintins: cenários na Pós-Modernidade e sua inserção na Pós-Modernidade. 127p. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa.
- BOURDIEU, P. (1989). O poder simbólico. Lisboa: Difel, R.J.: Bertrand, Brasil.
- BRANDÃO, C. R. (1978). O Divino, o Santo e a Senhora. Rio de Janeiro: Funarte.
- CASCUDO, Câmara (1972). Dicionário do Folclore Brasileiro. Natal: Tecnoprint.
- CANCLINI, N.G. (1997). Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. S.P.: Edusp.
- _____ (1983). As culturas populares no capitalismo. S.P.: Brasiliense.
- CERTEAU, M. (1994). A invenção do Cotidiano: artes do fazer. 4.ed. RJ: Vozes.
- COHEN, E.(1998). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 15
- DA MATTA, R. (1994). O que faz o brasil, Brasil? . R. J.: Rocco.
- GEERTZ, C. A interpretação das culturas. R.J.: Zahar, 1978. (Col. Antologia Social).
- GRAMSCI, A. (1968). Literatura e Vida Nacional. R. J.: Civilização Brasileira.
- LOUREIRO, J. J.P. (1995). Cultura Amazônica, uma poética do imaginário. Belém: Cejup.
- MAFFESOLI, M. (1998). Tempo das Tribos; o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2.ed. R. J. Forense Universitária..
- MAYNARD ARAÚJO, A. (1973). Cultura Popular Brasileira. S. P.: Melhoramentos.
- ORTIZ, R. (1994). Mundialização e Cultura. S.P.: Brasiliense.
- PELEGRINO FILHO, A.(1993). Ecologia, Cultura e Turismo. SP.: Papyrus, (col. Turismo).
- RODRIGUES, A B. (1999). Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. S.P.: Hucitec.
- SWARBROOKE, J. (2000). Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental. S.P.: Aleph.

- THOMPSON, J. B.(1998). A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes.
- TURNER, V. (1974). O Processo Ritual: estrutura e antiestrutura. Petrópolis: Vozes.

A menina sem nome: um espaço de comunicação folk

José Xavier dos Santos
Universidade Federal Rural de Pernambuco
jjxxss@uol.com.br
Brasil

RESUMO: Na cidade do Recife, no Cemitério de Santo Amaro, fundado em 1851, o mais tradicional da capital do Estado de Pernambuco, um túmulo se destaca pelo grande número de devotos que o visitam às segundas e sextas-feiras, durante todo ano, e em especial, no período de finados. Neste espaço de devoção popular, encontra-se sepultada “a menina sem nome” que, de acordo com a narrativa popular, ao ser abandonada, violentada e morta tragicamente se transformou em uma “santa” de culto popular. O objetivo deste trabalho é analisar os elementos comunicacionais (ex-votos) que compõem este cenário gerador da cultura folk. O paradigma teórico que norteará este estudo é a teoria da folkcomunicação criada pelo professor Luiz Beltrão.

No Cemitério de Santo Amaro, em Recife, inaugurado em 3 de março de 1851, um túmulo se destaca entre os muitos outros pelo número de visitantes, especialmente nos finais de semana e no Dia de Finados. Nele está sepultada uma menina que há duas décadas foi encontrada por um pescador, estuprada e morta em uma praia urbana da cidade. À época, o fato foi noticiado na imprensa local como mais um caso de brutalidade dos que muitas vezes ensangüentam as páginas dos jornais.

Além da brutalidade do crime hediondo, um detalhe chamou ainda mais a atenção do povo: ninguém apareceu para reclamar o corpo da criança brutalmente assassinada. Apesar de o fato ter sido amplamente divulgado na imprensa, nenhuma família se apresentou, e a criança abandonada, cujo nome não se conhece, foi sepultada, como indigente, numa cova comum.

Do fato à lenda e da lenda à devoção, não levou muito tempo. Sem que se saiba precisar exatamente quando, o túmulo começou a ser alvo da atenção da população e, com o passar do tempo, se transformou num verdadeiro espaço de devoção popular.

Um dos devotos informou que tudo começou quando, após dois anos do funeral, a Administração do Cemitério necessitou abrir a cova para outro sepultamento e o corpo da criança foi encontrado intacto, tal como havia sido sepultado. Um dos coveiros entrevistados não confirma o fato, o que não importa. A “menina sem nome” compõe o repertório das lendas urbanas do Recife, e assim vai permanecer no imaginário popular.

“Santa” da devoção popular, a “menina sem nome”, igual a tantos outros, integra a legião dos santos que, embora não tenham sido reconhecidos oficialmente pela Igreja Católica (muitos nunca o serão), foram popularmente canonizados e aceitos como verdadeiros protetores e, por isso

mesmo, considerados dignos de serem venerados e sua intercessão invocada nos momentos difíceis, para resolução de problemas cuja solução só se poderia conseguir através de uma graça celestial.

Uma ocorrência desta natureza não é tão somente do interesse da religiosidade popular, mas da folkcomunicação, nos moldes preconizados por Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918 – 1986), pioneiro na sistematização dos estudos de comunicação social no Brasil entre as camadas menos favorecidas da população - aquelas separadas das elites econômicas e intelectuais - que se utilizam dos meios tradicionais de comunicação social para troca de informações, idéias e opiniões, e os que estão à margem deste processo, a grande massa dos habitantes das zonas rurais e das periferias das cidades, os quais se valem de meios folk para se comunicar.

O interesse de Beltrão por aquele outro Brasil o levou a uma pesquisa de sete anos, cujas conclusões foram compiladas na sua tese de doutoramento defendida na Universidade de Brasília em 1967, da qual resultaram os elementos que o conduziram a formular a fundamentação teórica da Folkcomunicação, termo por ele empregado para designar os processos comunicacionais utilizados pelos grupos marginalizados - todos os que estão à margem do grande sistema de comunicação social -, seja porque não têm condições técnicas para utilização dos canais e meios a ele pertinentes, seja por “contestação à cultura e organização social estabelecida, em razão de adotarem filosofia e/ou política contraposta a idéias e práticas generalizadas da comunidade”. Do mesmo modo que os integrantes da população pertencente às camadas sociais economicamente mais confortáveis utilizam os meios do grande sistema de comunicação de massa para se informar, trocar idéias e opiniões, e assim “atender a sua necessidade vital de comunicação”, as populações desfavorecidas econômica e socialmente se utilizam dos meios oferecidos pela cultura popular e pelas manifestações folclóricas.

Folkcomunicação é, assim, segundo a concepção de Beltrão, “o processo de intercâmbio de informação e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através dos agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

Diferentemente da comunicação de massa que se baseia em processos industriais, através dos quais o comunicador passa suas mensagens de forma impessoal em sentido vertical para uma audiência informe e dispersa, a folkcomunicação é, “por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal, já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à

audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa”.

É a partir desses conceitos, esboçados de forma bastante simplificada, que pretendemos elaborar uma possível análise dos elementos comunicacionais (ex-votos) encontrados no túmulo da “menina sem nome”.

Antes, porém, cabe observar que o espaço de devoção popular em que se transformou esse túmulo é, sem dúvida, o mais visitado do cemitério. O grande Campo Santo urbano conta com outros espaços que também recebem freqüentemente a visita de pessoas em atitude de oração e/ou devoção. Há um outro túmulo de uma criança, que também faleceu muito prematuramente, ao qual muitos visitantes acorrem, sobretudo no período de Finados. Existe ainda um espaço, a “casa das almas”, onde se podem observar pessoas em recolhimento de oração, acendendo velas. Contudo, em nenhum desses espaços de devoção popular pode-se verificar a quantidade e variedade de elementos deixados, em sinal de agradecimento ou de pedido de graça, num fluxo contínuo durante todo o ano.

O túmulo, diferentemente dos demais, foi arquitetonicamente adaptado para o tipo de atividade que se desenvolve ao seu redor. Inicialmente, muito provavelmente uma cova rasa, igual a tantas outras existentes que recebem os restos mortais de pessoas do povo; posteriormente, uma edificação destacada por uma pintura permanentemente renovada, em formato retangular, que compreende no seu interior uma lápide, igualmente retangular, de mármore branco, sobre a qual se ergue uma espécie de mesa de quatro pés, também de mármore, que funciona, juntamente com a lápide, como o espaço onde os devotos depositam suas “lembranças”. Ao lado do túmulo, foi construído um queimador de velas e todo o túmulo está circundado por uma área cimentada, suficiente para acomodar mais de uma dezena de pessoas por vez.

Apesar da boa vontade e dos esforços da Administração do Cemitério de Santo Amaro no sentido de tornar o túmulo da “menina sem nome” um espaço mais apropriado para melhor acolher o fluxo de visitantes ao longo do ano, a área disponível para o recolhimento dos ex-votos ainda parece insuficiente, visto que os elementos lá deixados vão sendo ciclicamente retirados e amontoados no solo, contra a parede do túmulo ao lado, para abrir espaço para os ex-votos que se renovam constantemente.

As “lembranças” que os devotos da “menina sem nome” depositam em seu túmulo são, claramente aquilo que Luiz Beltrão chamou de “linguagem e canais familiares à audiência”. Tais

ex-votos se distribuem em dois grandes grupos: a) os de comunicação escrita; e b) os de comunicação artesanal.

No primeiro grupo estão todos os tipos de lembranças impressas ou escritas a mão ou por outros meios mecânicos, notadamente a mimeografia e a impressão informatizada em jato-de-tinta ou a laser. Dentre elas, destaca-se uma oração padronizada, encontrada em grande quantidade, na qual o devoto alude ao enorme sofrimento que a “menina” sofreu em vida, faz uma súplica à “santa” para resolver um problema de ordem pessoal que também lhe está causando uma grande dor (que não é especificada: se moral ou física); pelo que o pedinte se compromete a rezar três padres-nossos, três ave-marias e três glória-ao-pai e reproduzir a mesma em trinta cópias e deixá-las no túmulo. Em menor número são encontradas comunicações de cunho mais pessoal, cartas com pedidos à “santa”, em forma de “promessa”, para que um problema, quase sempre amoroso, seja resolvido.

As fotos também pertencem ao gênero comunicação escrita: na última visita ao túmulo encontramos duas pequenas fotografias (três por quatro), com umas pequenas moedas ao lado, entendidas (fotos e moedas) como se tratando de agradecimentos - ou “pagamento” - por graças alcançadas.

Ainda desse mesmo tipo, destaca-se uma flâmula cujo título é: “Obrigado meu amor”, seguramente depositada por uma mulher, em agradecimento pelo fato de haver encontrado ou reconquistado o seu amor.

Os ex-votos também parecem estar relacionados a uma atividade específica que, por sua vez, está circunscrita a determinados períodos do ano. Em algumas visitas realizadas no mês de dezembro de 2001 que corresponde, no Brasil, ao final do ano escolar, o túmulo, especialmente a lápide, foi encontrado quase coberto de cadernos escolares deixados por estudantes do ensino fundamental e médio com dedicatória à “menina” pelo sucesso em algumas disciplinas aparentemente consideradas as mais difíceis pela população estudantil: matemática, língua portuguesa, física. Este é um fato que evidencia estar a devoção sendo constantemente renovada por um contingente de jovens fiéis e que, ao mesmo tempo demonstra que

Dentre os ex-votos denominados como de comunicação artesanal, salta à vista uma “lembrança” que impressiona pela quantidade e regularidade com que os visitantes a entregam à “menina sem nome”: a casa. Estão sempre depositadas pequenas reproduções artesanais que retratam a habitação popular do tipo comumente localizado nos bairros da periferia do Recife e

das cidades circunvizinhas: a pequena casinha de porta e janela, reproduzida em miniaturas de madeira, mármore, zinco, papelão, cerâmica, fórmica. Nas visitas de observação foi observada apenas uma única exceção, um exemplar de ex-voto que reproduzia um sobradinho suburbano de dois pavimentos, com algo que parecia ser uma pequeno jardim. Um estudo sociológico das condições de habitação das populações urbanas dessa região e, talvez, um relatório sobre o déficit habitacional nas grandes cidades brasileiras poderiam ser formulados a partir da análise da situação das pessoas que visitam o túmulo da “menina sem nome”.

Entre os elementos da chamada comunicação artesanal, têm destaque especial, pela quantidade e variedade a presença de flores artesanais, que cobrem literalmente a mesa de mármore sobre a lápide do túmulo. Ao lado dessas flores, também estão colocadas esculturas de imagens de anjos (o anjo, na religiosidade popular, é mensageiro e, ao mesmo tempo, protetor, o anjo-da-guarda). Ao lado do anjos, encontra-se também uma outra escultura, bastante insólita, a da boneca “chapeuzinho vermelho” do conto de fadas: uma clara alusão à condição infantil da “santa” e, ao mesmo tempo, indicadora de que se trata de uma mensagem do tipo “interpessoal” para uma “santa” menina.

Estranhamente, pelo que se pode inferir dos elementos de comunicação encontrados no túmulo da “menina sem nome”, a saúde não parece ser o problema mais premente na vida dos seus devotos. A dor que parece afligir mais agudamente os devotos dessa “santa” popular está preponderantemente relacionada com bens materiais, o que talvez não seja estranhável em face do público donde provém: apenas dois ex-votos referem-se às curas como graças alcançadas: um pé de madeira e um braço de gesso.

Referências bibliográficas

AZZI, Riolando. Catolicismo popular e autoridade eclesiástica na evolução histórica do Brasil, em *Religião e Sociedade*, 1, 1977, 125 – 149.

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

_____. *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez Editora, 1980.

João, Manoel, Maciel Salustiano: três gerações de artistas populares e sua comunicação com o massivo na perspectiva da reconversão cultural *

Mariana Mesquita **

Resumo: Este artigo trata das reconversões culturais que os artistas populares da família Salustiano vêm promovendo em sua comunicação com a cultura hegemônico-massiva. Em nossa pesquisa, procuramos aplicar ao plano empírico a teoria das Culturas Híbridas, ampliando no Brasil os estudos no campo da Comunicação vista de forma indissociada da Cultura e, a partir de um enfoque contemporâneo de análise da Comunicação e das Culturas Populares, analisar a trajetória de três gerações dessa família e os folguedos que vêm recriando. Através da combinação entre um projeto de história oral e outras técnicas de obtenção de dados, pesquisamos as formas de adaptação dos Salustiano em sua trajetória entre o rural e o urbano, o popular e o massivo, tentando perceber suas estratégias de integração e sobrevivência.

Palavras-chave: Reconversão Cultural - História Oral - Comunicação das Culturas Populares.

Introdução

Este artigo trata de nossa dissertação de mestrado, estruturada na forma de um estudo de caso com o objetivo observar as reconversões culturais que João, Manoel e Maciel, artistas populares da família Salustiano, vêm promovendo, por três gerações, em seu espaço de comunicação com a cultura hegemônico-massiva. A escolha deste objeto de estudo se deu por conta de nossa percepção inicial, pessoal e empírica das mudanças pelas quais as relações entre a família Salustiano e a cultura massiva têm passado, em especial nos últimos tempos; de nossa compreensão da importância das atividades artísticas promovidas por essa família e dos processos comunicacionais e culturais em que os Salustiano se acham inseridos; e de nossa crença de que se fazem mais e mais necessários estudos empíricos sobre as culturas populares utilizando teorias que procurem situá-las adequadamente na totalidade social, fundamentando a problemática do relacionamento hegemônico-massivo com o popular e, ao mesmo tempo, liberando-a dos esquemas de dominação e recolocando-a na teoria da hegemonia⁷³.

* Este artigo tem como base a dissertação de mesmo título, finalista do Prêmio Intercom 2001 e vencedora da categoria Mestrado – Estudos Interdisciplinares. A partir dos dados obtidos na pesquisa, orientada pela Profa. Dra. Salett Tauk dentro do Curso de Mestrado em Comunicação Rural da UFRPE, a autora escreveu também a monografia “**Família Salustiano: três gerações de artistas populares recriando os folguedos da Zona da Mata**”, vencedora do Prêmio Katarina Real de Cultura Popular - 1999, promovido pela Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj).

** Mariana Cunha Mesquita do Nascimento é jornalista e mestre em Comunicação Rural pela UFRPE. Email para contato: mariana-mesquita@uol.com.br

⁷³ Os autores com que trabalhamos, Martín-Barbero e Canclini, utilizam os conceitos de hegemonia e subalternidade de maneira a denotar a capacidade das classes subalternas de agir, resistir e impugnar as

Em nossa pesquisa, procuramos realizar ações que ao nosso ver se faziam duplamente necessárias: aplicar a um plano empírico a Teoria das Culturas Híbridas de Néstor Canclini e Jesús Martín-Barbero, ampliando no Brasil os estudos no campo da Comunicação vista de forma indissociada da Cultura; e, a partir de um enfoque contemporâneo de análise da Comunicação e das Culturas Populares, analisar a trajetória de três gerações dessa família, abordando também os folguedos que vêm recriando. A maior dificuldade e, ao mesmo tempo, o maior prazer que tivemos enquanto pesquisadora, foi constatar que havia todo um caminho por criar, tanto sob o ponto de vista teórico como do ponto de vista dos personagens e folguedos de que trata nosso trabalho, sobre os quais havia uma bibliografia restrita⁷⁴.

Assim, nossa iniciativa tornou-se importante por ser, sob certos aspectos, pioneira, uma vez que o conceito de reconversão cultural, dentro da teoria de Canclini e Martín-Barbero, é um dos que mais notadamente se encontram em fase de construção, havendo por isso poucos textos no Brasil e no mundo tratando do assunto – sendo que, dentre os existentes, a maioria aborda a reconversão de forma tangencial. E também porque, ao registrar a saga da família Salustiano, nossa dissertação acabou se configurando num documento de relevância histórica, que vai além do relato pontual da adaptação de uma família de migrantes e recupera um pouco da realidade do trabalhador da zona canavieira pernambucana e da história e modo de ser de cada um dos folguedos praticados pelos artistas.

Descrição da pesquisa

Nosso trabalho foi construído através das histórias de vida de três personagens, pai, filho e neto, que ao nosso ver simbolizam uma paulatina e progressiva trajetória de um contexto rural e popular para um contexto urbano e massivo: *seu* João Salu, artista popular de renome na região da Zona da Mata Norte de Pernambuco, mas que pouco destaque teve frente à cultura de massa; seu filho Manoel, o *Mestre Salu*, que migrou para o Recife na década de 60 e conseguiu construir uma carreira com raízes no popular, mas com grande trânsito pela cultura hegemônica, alcançando

imposições dos detentores do poder hegemônico. A hegemonia, para Canclini (1988, p. 22), é “un proceso de dirección política y ideológica en el que una clase o el sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre ‘funcionales’ para la reproducción del sistema”.

⁷⁴Apesar da fama alcançada por vários membros da família, e em especial pelo **Mestre Salu**, não encontramos nenhum livro ou texto acadêmico que tratasse especificamente dos Salustiano. Quanto às **brincadeiras** de que participam (*maracatu de baque solto, forró de rabeca, mamulengo, coco de roda, cavalo-marinho e ciranda, todas típicas da região da Zona da Mata Norte de Pernambuco*), realizamos uma pesquisa documental que abrangeu as obras mais significativas a esse respeito (*infelizmente, por motivos de espaço, não pudemos citar todas elas na bibliografia que consta desta comunicação científica*), além de entrevistas com diversos estudiosos do folclore pernambucano, destacando-se entre estes o Prof. Dr. Roberto Benjamin.

destaque em nível nacional e internacional; e seu neto Maciel Salu, que prossegue nessa trajetória em direção ao urbano-massivo, sem perder sua ‘bagagem’ familiar.

O fundador dessa *dinastia*, João Salustiano, foi o primeiro artista da família. Como informa Oliveira (1994, [s.p.]), *seu* João, nascido em Aliança, “cresceu, trabalhou, viveu e brincou cavalo-marinho, baile e mamulengo na região entre essa cidade e Nazaré da Mata”, sendo uma “personagem importantíssima na tradição da rebeca, na Zona da Mata Norte”. Atualmente mora com filhos na Cidade Tabajara, localidade próxima à cidade de Olinda; e, por ter-se convertido à Assembléia de Deus, parou de tocar rabeca⁷⁵. Apesar de praticamente ‘aposentado’, *seu* João tem sido citado em estudos na área da etnomusicologia, como os realizados pelo pesquisador americano John Murphy (1997 e 1999). Três de seus filhos interessaram-se pelos folguedos, sendo que o mais velho, Manoel, o *Mestre* Salu, tornou-se famoso depois de migrar para o Recife, a fim de *viver de sua arte*.

Mestre Salu tem renome internacional. Como muitos *mestres* da cultura popular, se dedica a vários dos folguedos típicos de sua região de origem, mas ao mesmo tempo trabalha com a família e agregados no **Sonho da Rebeca**, grupo que apresenta elementos de todas as *brincadeiras*. Salu é uma liderança com raízes bem fincadas na zona canavieira, onde nasceu; e ao mesmo tempo é um ser urbano, capaz de uma ampla visão empresarial e administrativa daquilo que produz – junção que, por exemplo, acabou levando seu maracatu a se destacar, embora este fosse mais novo do que muitos outros maracatus rurais que também se encontram ‘na ativa’⁷⁶. O *Mestre* tem trânsito fácil entre os artistas populares, o governo, a mídia e o *Movimento Mangue*⁷⁷,

⁷⁵ A **rabeca**, ou **rebeca**, é uma espécie de ‘parente’ mais rústico e mais antigo do violino. Chamado pelos árabes de **rabâb**, entrou na Europa através da Península Ibérica, na época da dominação mourisca, e espalhou-se pela maioria das colônias portuguesas. Assemelha-se ao violino na forma (apesar da maior rusticidade em sua sonoridade e construção), porém difere deste na forma de ser tocada, como conta Oliveira (1994, [s.p.]): “enquanto o violinista apóia o instrumento no ombro esquerdo, o rabequeiro apóia-o no lado esquerdo do peito, na altura do coração”.

⁷⁶ O grupo de maracatu rural **Piaba de Ouro**, fundado em outubro de 1977, é o principal ‘empreendimento cultural’ dos Salustiano, pois congrega grande parte da família, funciona como um belo ‘cartão de visitas’ e é o instrumento através do qual **Mestre Salu** vem se afirmando perante a cultura hegemônica e diante dos próprios pares, conferindo-lhe inclusive poder político diante da Federação Carnavalesca de Pernambuco e da Associação de Maracatus de Baque Solto, da qual foi o primeiro presidente.

⁷⁷ Numa breve retrospectiva, podemos dizer que o **Movimento Mangue** surgiu em Pernambuco nos anos 90, congregando “bandas como Chico Science & Nação Zumbi, Mundo Livre S/A, Mestre Ambrósio, Querosene Jacaré e muitas outras, normalmente formadas por componentes oriundos da classe média, fundindo num só caldeirão ritmos ‘populares’ locais e influências diversas” (Mesquita, 1998, [s.p.]), num belo exemplo do que Canclini (1996) chama de ‘hibridizações fecundas’, casamentos felizes entre a cultura de elite, a popular pré-massiva e a das indústrias comunicacionais. O **Mangue** tem tido sucesso em realizar uma união entre o

tendo sido homenageado por artistas como Chico Science, que compôs em sua honra a música *Salustiano Song*. Pai de catorze filhos, nascidos de suas relações com seis mulheres diferentes, Salu criou a maior parte deles sob suas vistas, dirigindo a prole para a folia⁷⁸.

Embora sejam todos nascidos e criados na capital, a terceira geração de artistas procura manter vivas as tradições da família, tomando parte nos *brinquedos* promovidos por *Mestre Salu*, ao mesmo tempo em que participam de outras atividades culturais: em 1998, o dançarino Pedrinho integrou a trupe de Antônio Carlos Nóbrega durante a turnê do espetáculo *Pernambuco*, no Festival de Avignon, na França; Manoelzinho sucedeu o pai como presidente da Associação de Maracatus de Baque Solto; e Maciel, um rabequeiro e cantor talentoso, integra o grupo **Chão e Chinelo**, banda de música regional que faz parte do *Movimento Mangue* e é formada, em sua maioria, por universitários de classe média. Aos nossos olhos, além de destacar-se como sendo o provável ‘sucessor natural’ de *Mestre Salu*, Maciel é o neto em quem a trajetória da família Salustiano em direção à cultura massiva se torna mais evidente, a começar por seu vocabulário e cotidiano, e pela visão ampla e crítica que demonstra ter em relação aos folguedos que praticam. Embora continue participando dos empreendimentos artísticos criados pelo pai, tem procurado trilhar um caminho próprio.

Por tudo que descrevemos, a família Salustiano se configurou como um objeto de estudo perfeito para se observar, no empírico, o processo da comunicação entre culturas. Em nossa pesquisa, partimos da idéia de que o massivo e o popular não são instâncias estanques, separadas e antagônicas; pelo contrário: o popular deu origem ao massivo, e tanto um como o outro se constroem a partir da posição relacional que ocupam dentro da ordem hegemônica. Ou seja, o massivo não se caracteriza por estar alheio ou exterior ao popular, e o popular não pode simplesmente ser definido como um repertório de conteúdos tradicionais pré-massivos (vide

popular e outras linguagens, funcionando como uma espécie de ‘catalisador cultural’ e gerando um crescimento na produção artística de Pernambuco, divulgando de forma massiva artistas oriundos de classes populares. Embora essa fusão entre o ‘popular’ e outras realidades culturais não seja exatamente algo de novo no cenário artístico do estado, “no caso do novo movimento a mescla se deu com maior intensidade e em proporções massivas, repercutindo em todo o Brasil e até no exterior” (Mesquita, op.cit.). Através da cultura massiva, a cultura popular vem experimentando um momento de recriação, onde o tradicional e o moderno, juntos, passam a reafirmar uma identidade, a pernambucanidade, por assim dizer – um sentimento complexo que vem merecendo estudos e que não pode ser reduzido à condição de modismo ou de entretenimento pré-fabricado.

⁷⁸ Os filhos de Manoel Salustiano são de todas as cores, com idades variando entre três e trinta anos. Dos que foram criados próximos ao pai, todos participam das brincadeiras; alguns são músicos talentosos, enquanto outros são bons dançarinos. O dia-a-dia ligado à produção das brincadeiras faz com que desde cedo saibam criar fantasias, fabricar adereços e bordar as belíssimas golas de lantejoulas dos caboclos do maracatu.

Canclini, 1995 e 1996). Nossa intenção foi procurar enxergar o fenômeno do popular sob uma nova ótica, estudando as tradições desta família na contemporaneidade, enquanto grupo de influência e produtor de bens culturais de consumo e através de seus embates, combates, conflitos, assimilações, inter-relações e reconversões com a cultura massiva.

As histórias de vida dos Salustiano funcionaram, em nosso trabalho, como uma espécie de ‘fio condutor’, através do qual pudemos perceber um crescente movimento de hibridização entre culturas. A noção de hibridização vem sendo proposta por Canclini como conceito social: “necesitábamos una palabra más versátil para dar cuenta de esas mezclas ‘clásicas’ como de los entrelazamientos entre lo tradicional y lo moderno, y entre lo culto, lo popular y lo masivo” (1996, p. 02). Canclini afirma que a hibridização sociocultural não é simplesmente o cruzamento de estruturas ou práticas sociais separadas e que, ao combinar-se, geram novas estruturas e práticas. Com frequência, diz o autor, a hibridização surge da intenção de *reconverter* um patrimônio qualquer – material ou mesmo intangível, como um conjunto de saberes e técnicas – para recolocá-lo em novas condições de produção e mercado.

A *reconversão*, conceito-chave em nosso trabalho, é uma noção que teve origem na economia e, segundo Canclini, permitiu que se alcançasse uma visão conjunta das estratégias de hibridização entre diferentes culturas. Pode se dar de forma *espontânea*, *forçada* ou *intencional*. Estratégias de reconversão são utilizadas pelos indivíduos provenientes dos diversos grupos sociais, quando acatam, rejeitam, refuncionalizam e reconvertem bens simbólicos e materiais em busca de um sentido que satisfaça suas necessidades. É comum que reconversões e hibridizações aconteçam de forma propositada, se configurando em *esforços conscientes realizados na intenção de participar da ordem hegemônica*.

Em nosso trabalho, estruturado a partir de um projeto de história de vida, tivemos como problema de pesquisa *analisar as brincadeiras que os Salustiano promovem enquanto expressões de comunicação de uma cultura popular, reconhecendo as estratégias de reconversão cultural que promovem para sobreviver em seu relacionamento com a cultura hegemônico-massiva*. Nesse sentido, buscamos enxergar as maneiras através das quais atuam enquanto produtores de bens simbólicos, bem como suas percepções acerca daquilo que produzem; e procuramos analisar as estratégias de comunicação realizadas pelos Salustiano para *manterem-se híbridos*, ou seja, para *alcançar o massivo* e, ao mesmo tempo, *preservar suas características populares*.

Metodologia

A fim de realizar nosso trabalho, recorreremos a combinações de técnicas variadas, mas nosso percurso metodológico foi construído através do método da história oral. Apesar de não ser nossa proposta fazer uma pesquisa histórica, o método se mostrou, mais que um instrumento valioso, o melhor e mais adequado de que poderíamos dispor para perceber a realidade que resolvemos estudar. Mesmo porque, como diz Meihy (1998, p.35), a história oral “pretende ser um campo multidisciplinar em que, independentemente das várias tradições disciplinares, diferentes linhas de trabalhos possam dialogar sobre maneiras de abordagem das entrevistas e trocar experiências”.

Para tanto, tomamos por base vários autores, e em especial, Meihy, cujo **Manual de História Oral** funcionou como um verdadeiro guia para a estruturação de nossa pesquisa. Procuramos mostrar um pouco da história da história oral e das formas como vem sendo utilizada ao longo do tempo, no Brasil e no mundo, rememorando a trajetória de um método que passou a oferecer grandes possibilidades aos estudiosos das culturas populares, em outras épocas uma temática ‘sem voz’, relegada a um segundo plano pelos pesquisadores de base positivista. E partindo do pressuposto de que um projeto de história oral propõe-se a ser algo mais do que uma simples série de entrevistas, procuramos articular as entrevistas num projeto que orientasse nossas escolhas, qualificando procedimentos metodológicos e especificando condutas.

A modalidade por nós escolhida para estruturar nosso trabalho foi a *história oral de vida*⁷⁹, que possui um ramo denominado *história oral de família*, perfeito para nossos objetivos: sem se confundir com a história oral de vida, a história oral de família “retraça a saga de um grupo de laços sanguíneos ou afetivos” (op.cit., p.47). De acordo com Meihy, a história oral de família “não é a soma das histórias de vidas individuais, mas tem sempre um compromisso com a definição do projeto familiar” (id.ibid.). “Normalmente, os projetos de história oral de famílias suscitam entrevistas em duas ou três gerações e, nesses casos, por meio da transformação do processo histórico que envolve os membros da comunidade, **tem-se claro que há elementos culturais que mudaram e outros que dão a unidade, que resistiram**” (id.ibid.[grifo nosso]).

Desde a fase das entrevistas, os blocos de perguntas foram divididos por partes, sempre tendo em mente a hibridização cultural e a trajetória da família em relação ao massivo. Era nossa

⁷⁹ Meihy classifica a história oral em três modalidades: a história oral temática, a tradição oral e a história oral de vida. Por falta de espaço, não é possível detalhá-las. A história oral de vida, segundo o autor, é a “narrativa do conjunto da experiência de vida de uma pessoa” (op.cit., p.45).

intenção investigar o passado e o presente de cada um dos três entrevistados, porém seus *desejos e aspirações para o futuro* nos interessaram muitíssimo, na medida em que demonstravam o que existia neles de mais humano e ambivalente, sonhos onde transparecem tanto a vontade de satisfazer suas necessidades simbólicas dentro da cultura hegemônica como a de preservar sua história e modo de ver e viver o mundo.

Procuramos deixar os entrevistados falarem o máximo possível, e a partir dessas falas, encontramos palavras-chave e criamos categorias para analisar a história de vida dessas três pessoas. Tal categorização foi um pouco difícil, posto que as mudanças – nas *atividades cotidianas*, nas *crenças*, nos *folguedos* e nas *aspirações para o futuro* – encontram-se interligadas⁸⁰. Além do trabalho de história oral propriamente dito, em nossa pesquisa fizemos ainda um breve apanhado e análise de dados obtidos através de observação etnográfica, bem como um levantamento bibliográfico e documental que incluiu entrevistas centradas feitas com estudiosos do folclore pernambucano, nas quais tentamos obter outras informações sobre a trajetória da família e indícios de hibridização nas *brincadeiras* que praticam. Realizamos ainda um trabalho de registro iconográfico de suas atividades artísticas, sempre tendo como viés os processos de hibridização e reconversão cultural⁸¹.

Análise dos resultados

A partir dos depoimentos dos três artistas, observamos as reconversões e ‘manutenções’ dentro de seu processo de comunicação entre o popular e o massivo. Percebemos que a forma de encarar este processo varia de pai para filho, havendo mesmo certos conflitos entre gerações. Em suas falas transparecem ambivalências e um grande esforço no sentido de integrar o popular ao contexto da mídia, do governo, do *Movimento Mangue*, enfim, da cultura de massas. Através das quatro categorias-chave propostas em nosso capítulo metodológico, procuramos analisar as falas dos três personagens à luz do conceito da reconversão e também daquilo que, para eles, configura-se como elo de ligação com a comunidade e entre eles próprios, ou seja, procurando perceber o

⁸⁰ *Um exemplo ilustra bem esse fato: observamos que Mestre Salu e seu João foram mais ou menos recentemente convertidos à igreja evangélica Assembléia de Deus, o que teve diversas implicações em suas vidas, não só em termos de religião, mas no cotidiano como um todo e também na forma de conceber e participar das brincadeiras.*

⁸¹ *Para os fins de nosso trabalho, achamos melhor não nos dedicarmos a questões subjetivas como enfoque e outras escolhas que fazem parte do contexto em que determinada foto foi tirada, bem como possíveis análises de conteúdo ou significado icônico. O uso de tais imagens, em nossa pesquisa, teve um caráter complementar à história oral, servindo simplesmente para facilitá-la, ilustrá-la e enriquecê-la, mas jamais igualando-se a ela em importância.*

que pode ser reconvertido, para melhor adaptar-se às demandas e características do massivo, e o que é permanente e não pode ser reconvertido, e precisa ser mantido por questões identitárias.

Os cotidianos - Intermediário do processo de adaptação à cultura massiva, chegando ao Recife *Mestre Salu* precisou aprender um jeito novo de falar, se comportar e lidar com pessoas de outra cultura. O contato com a cidade fez com que desse “*outro seguimento ao que sabia*”, e fosse “*desenvolvendo o conhecimento de tudo nas mínimas coisas*”, como ele próprio afirmou, ressaltando as dificuldades do percurso:

“não foi fácil chegar aonde eu cheguei, eu, um homem semi-analfabeto... Vim aprender a ler aqui no Recife, depois dos vinte anos. Até os vinte anos, não sabia um ‘o’”.

Reconversões espontâneas foram acontecendo pouco a pouco, à medida que o jovem *Salu* ia descobrindo uma realidade nova, num processo cujas peripécias têm um quê saboroso, e hoje são lembradas com prazer e orgulho: a primeira vez que viu um banheiro, a ampliação de seus horizontes⁸², mudanças na alimentação⁸³ e mesmo no modo de falar, mudanças no modo de falar⁸⁴.

Depois de estabelecer-se, *Mestre Salu* trouxe os irmãos e o pai, viúvo, para morar no Recife. Pelo que pudemos observar, o cotidiano de *seu João* não mudou muito⁸⁵. Sua casinha modesta, de poucos móveis e sem televisão ou geladeira, e o trabalho diário no roçado de macaxeira, confirmam que manteve uma rotina similar à que levava no campo. Uma ‘lida’, porém, bem mais suave do que a que estaria vivendo, se houvesse continuado sob o jugo da cana-de-açúcar:

“Depois que eu saí do interior, lá ficou pior; naquele tempo o dono do engenho ainda deixava plantar, hoje em dia não tem mais sítio, se planta cana até na porta do morador”,

contou-me *seu João*.

⁸² “*Eu não sabia o que era o mar. No interior, eu via caranguejo chegar na feira, e pensava que caranguejo se pegava em riacho...*”

⁸³ “*Aqui todo mundo come carne de boi todo dia. Lá se comia galinha de capoeira, mas carne de boi eu só comia pelas Festas [Natal] e no São João,, quando o patrão matava um boi e dava um pedaço a cada um de presente*”.

⁸⁴ “*Antigamente no interior era assim, ‘bom dia, boa tarde, sim sinhô, inhô sim’... Aqui, não: é ‘vossa excelência’, ‘ilustríssimo senhor’, quem sabe lá o que é isso, ‘ilustríssimo’... Hoje eu já tenho recebido elogio do povo de que eu falo bem, e aí eu digo que não, que eu não sou dessas pessoas desenvolvidas pra falar. Mas pra vista do que eu era na cidade de interior, eu acho que aprendi alguma coisa*”.

⁸⁵ *Uma das poucas coisas que seu João contou ter aprendido foram novos passos de dança: “eu cheguei aqui em Recife e aprendi dança que eu nem sabia pra onde ia, que eu só sabia dançar mesmo forró e marcha, mas bolero, xote, aprendi aqui”.*

“Mesmo assim, era ruim, porque a gente não ganhava dinheiro, trabalhava muito, e não tinha descanso. Eram cinco dias de lida para o homem, só descansava no sábado e no domingo. E eu no sábado, ainda ia brincar no cavalo-marinho”,

relembrou ele, feliz com a terra própria e a liberdade adquiridas na capital:

“aquí é como Deus querer!, depois que eu cheguei, não trabalhei mais pra ninguém, e vou levando a vida como Deus quer e consente. A vida, assim, a mesma coisa que no interior”.

As reconversões ocorridas nos cotidianos de *seu* João e *Mestre* Salu foram, no mais das vezes, espontâneas, ou seja, se deram de forma natural, à medida em eles que iam se deparando com novas situações – se bem que é visível uma certa intencionalidade em *aprender* como se comunicar com pessoas de outra classe social, os ‘ilustríssimos senhores’ de que falou *Mestre* Salu, usando de forma instrumental o código aqui descoberto. Já Maciel pertence a uma realidade mais urbana que as de seu pai e seu avô, pois nasceu e criou-se na cidade grande. Nele, o movimento se deu de forma inversa, fazendo com que procurasse *manter* as características da vida do interior. Pode-se dizer que ele participou desse cotidiano, se não diretamente, mas **através da experiência do pai e do avô**:

“Eu ficava escutando, papai passava pra gente, vovô passava, mesmo eu sendo aqui da capital, do Recife. Eu não era da Zona da Mata, mas minha família toda era, meu avô, meu pai, meus tios. Outros tios, primos, eu conhecia de visitar, também conhecia outros mestres de maracatu... Tudo isso vem da Zona da Mata, não é? Eu sempre tava lá no interior, sempre eu ia quando tinha sambada, ia visitar minha família”.

A maneira encontrada por *Mestre* Salu de manter os valores aprendidos com o pai no interior, de forma a manter a família unida no meio da desagregação da cidade grande, foi dar aos filhos uma educação semelhante à recebida por ele mesmo, baseada na moral do matuto que prega honestidade, trabalho duro e respeito aos mais velhos e obediência aos pais⁸⁶. Graças à educação interiorana, Salu acredita ter feito *“um bom trabalho”*, mantendo a família unida e perpetuando esses valores. Já para Maciel, embora tenha funcionado positivamente em muitos aspectos, esse modelo educacional por vezes pareceu rigoroso demais, especialmente se comparado à vida que outras crianças levavam na capital⁸⁷.

As brincadeiras – *Mestre* Salustiano tem uma habilidade incrível de, sem deixar de lado suas raízes, se adaptar ao que o mercado deseja. Diversas de suas *brincadeiras* tornaram-se

⁸⁶ *Inclusive castigos físicos foram relatados como necessários nesse processo, começando por seu João, que apanhava do padrasto, e que depois exemplou seus próprios filhos - os quais, por sua vez, repetiriam o processo com os netos.*

⁸⁷ *“A educação, o jeito de falar, o cotidiano daqui é muito diferente do interior... A criação da gente foi muito rígida, criação do interior, filho tinha que fazer o que o pai queria. Isso às vezes sufoca”*.

híbridas, modificando-se intencionalmente, de acordo com a procura do público e as idéias de Salu. Uma das primeiras a passar por esse processo foi a ciranda, *brincadeira* que Salu não praticava no interior e na qual, portanto, não tinha muita prática. Diante do enorme sucesso do ritmo no Recife, durante boa parte da década de 70, Salu estabeleceu-se como cirandeiro e procurou seguir as normas do que conhecia no interior. Porém, ciente de que para ser considerado um bom cirandeiro deveria também ser compositor, quase desistiu da empreitada, até que começou a produzir suas próprias músicas. A primeira composição de Salu dentro desse gênero não podia ser mais significativa, em termos de comunicação com a cultura massiva:

“Um dia, eu ouvi uma música no rádio, dizia assim, ‘ê, baiana, êêê, baiana, baianinha’, não sei nem quem é o cantor que canta isso, aí eu disse, vou fazer uma ciranda com essa música”.

Também através da ciranda, o *Mestre* começou a pôr em prática seu espírito de comunicador e pôde realizar sonhos de consumo, como comprar uma casa e um caminhão. Nessa época, relatou, chocou-se com o Secretário de Cultura de Olinda:

“eu escrevi uma carta para Sílvio Santos para apresentar minha ciranda no programa dele. E vieram me buscar e o Secretário não quis ir. Tudo pago por Sílvio Santos! Mas dependia do Secretário, ele tinha que ir pra me apresentar lá. E ele disse que não tinha tempo de ir apresentar um artista lá não. Aí eu fiquei brabo, briguei com ele, chamei ele de leigo, disse que ele não tinha condições de ser um Secretário”.

Mestre Salu se mostra ambivalente em relação à cultura massiva, e em especial aos meios de comunicação, ao mesmo tempo fascinado e indignado com eles. Aos poucos, adquiriu competência para fazer o *marketing* de seus folguedos; hoje, quando fala de si mesmo, emprega a terceira pessoa, como se ‘*Mestre Salustiano*’ fosse uma entidade pública, um personagem construído para lidar com a fama. Utiliza o termo ‘mídia’ para referir-se a qualquer forma de publicidade e tem consciência de como o processo da fama se constrói no empírico:

“sabe por que Salustiano tem essa mídia hoje? Porque Salustiano viajou pra Cuba, pra São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Curitiba, Natal, Fortaleza, Bahia. Agora, enquanto você não vai pra fora, não pega mídia, não. Esse público que vai pras apresentações são os universitários, porque chegou meu conhecimento na mídia da revista, da televisão, da rádio, dos jornais”.

A mesma ‘mídia’ que fascina Salu é apontada por ele como prejudicial às *brincadeiras* que pratica, modificando-as de maneira irreversível:

“Quando chegou a televisão, eu fiquei meio cismado, achando que a cultura ia perder seu estímulo e realmente perdeu. Antes tinha muita gente pra assistir um cavalo-marinho, um mamulengo, porque não tinha outra distração”.

afirma ele, lembrando a primeira vez que viu um aparelho de TV:

*“Eu ia brincar o cavalo-marinho lá em Nazaré da Mata. Eu passei com meu pai, eu sei onde é a casa ainda. Eram umas seis horas da noite... Aí eu vi umas caras passando assim, desse tamanho... Eu ouvi falar que era uma tal de televisão, mas eu não sabia o que era. A casa ficou cheia de gente pra ver aquilo ali. E todo mundo admirado, né? A gente atrasou até o cavalo-marinho. E aí eu eu disse a meu pai, ‘o cavalo-marinho deu muita gente até hoje, mas com aquelas caras, o povo vai ficar olhando e não vai vir mais pro cavalo-marinho, não’. Adivinhei, dei um tiro na mosca assim, pá!, e matei. No começo, só tinha televisão quem era **barão**, mas depois foi aparecendo mais e a coisa foi piorando. Porque eu duvidava você ver antigamente um cavalo-marinho no interior, pra um terreiro daquele não ter três mil pessoas. A notícia corria a região todinha, de boca em boca. O cavalo-marinho, quando era bom, era como Roberto Carlos quando chega, como Xuxa ou Angélica. Era gente que não cabia no terreiro. Hoje você vai num cavalo-marinho daqui, ou mesmo do interior, e tá tudo diferente”.*

Mestre Salu nos falou de mudanças nos materiais que compõem as fantasias, algumas simples substituições causadas pela falta de alguma matéria-prima ou surgimento de outra mais acessível ou eficiente, e também da inclusão de mulheres em algumas *brincadeiras*. Mas de todas as modificações que têm ocorrido, as que ele mais ressalta são justamente as ocorridas no comportamento do público (as quais ele vincula, principalmente, à influência da televisão e outros veículos propagadores da cultura de massa), levando a reconversões pela necessidade de se integrar a essa nova realidade. A solução encontrada por Salu foi adaptar suas *brincadeiras* aos novos tempos:

*“Eu botei na cabeça de fazer o **Sonho da Rabeca**, ‘já sei que a partir deste momento nenhum cavalo-marinho, nenhum maracatu, nenhum mamulengo, nenhum pastoril vai ter condições de sobreviver com as suas apresentações de uma noite inteira. Eu tenho que inventar uma maneira de juntar tudinho e apresentar o que eu sei fazer ao povo. Tenho que inventar isso aí!’ Minha saída foi essa. O **Sonho da Rabeca** mostra todo o meu trabalho cultural, tudo aquilo que eu aprendi a fazer. Tudo num espaço só, dentro de uma hora e meia de show, e o povo fica com gosto de quero mais. Já que não tão mais mantendo a tradição, não tão ligando mais pra contratar uma brincadeira pra o povo passar a noite vendo, aí a gente passa uma sequência pra o povo não esquecer, não tirar da memória. Isso foi importante, isso pegou. Até disco gravado nós já temos”.*

Ao mesmo tempo em que se utiliza dos meios de comunicação, o Mestre sente-se, de certa forma, lesado por eles. A raiva de Salu talvez se explique pelo fato de que sua cultura, enquanto popular, continua desigual e subalterna, e por isso ele se sente explorado – como se pode apreender de frases como

“o povo tá vendendo foto de maracatu, e o dono do maracatu, recebe com isso o quê?”,

ou

*“na época do carnaval o povo pega imagem da gente na rua e leva, ninguém dá autorização mas eles levam, pegam escondido, e a gente não pode nem dizer quem é nem quem foi. Eles tinham obrigação de dar satisfação, porque pegar a imagem dos outros, **influir** com ela e não dar nenhuma satisfação, é desonestidade”,*

ou ainda

*“eles falam que televisão não paga nada a ninguém, **apois** se não paga, então não tem direito de mostrar. Quando chega perto de carnaval, pegam e usam os caboclos de lança por imagem, por efeito. Mostra só porque é bonito, fazem do caboclo um macaco. ‘Mas é bonitinho...’ Bonitinho é macaco! É isso que eles fazem, isso aí eu sou revoltado com essas coisas. A eles interessa demais cultura popular quando é pra satisfazer os interesses políticos deles, aí eles usam aquele espelho, aquela imagem”.*

O Mestre fez-nos uma declaração muito significativa a respeito da atual situação da cultura popular: “hoje eu tou achando a cultura popular servindo de **arma de estudo**, como os médicos estudam cadáver. Porque a gente vê muito universitário, menino de colégio, tudo empolgado pra aprender maracatu, pra aprender a origem do cavalo-marinho, aprender o mamulengo, a ciranda, mas só para o próprio estudo dele”⁸⁸.

Salu considera-se um artista popular e é essa a mais marcada diferença entre o trabalho que realiza e o de seu filho Maciel, que se enxerga de forma diferente: “*O que papai faz é cultura popular, e o que eu faço **já não é somente** cultura popular, mas ao mesmo tempo tem tudo a ver com isso, porque, eu vivo dentro da cultura popular*”, afirmou-nos Maciel. “*Eu vivo dentro do **Piaba de Ouro**, sou diretor do **Piaba**. Mas hoje eu faço parte de uma banda, que é o **Chão e Chinelo**, que tem um trabalho diferente mas que tem **alguma coisa** a ver, porque vai dentro de tudo que tem a ver com a cultura popular*”. Para ele, seu trabalho é “*muito diferente*” do que é realizado pelo pai.

Em seu depoimento, *Mestre Salu* mostrou-se extremamente irritado em relação às opções de vida tomadas por Maciel. Além do viés de ciúme, da sensação de estar ‘perdendo’ um filho para o qual foi pai e mãe (Salu criou-o sozinho, desde os quatro dias de nascido), a questão passa pelo fato de achar que o trabalho de Maciel *não está dentro das normas da cultura popular*. Embora ele próprio ‘junte’ pedaços de *brincadeiras* em suas apresentações, ele desaprova a ‘colagem’ musical e rítmica feita pelo **Chão e Chinelo**. O detalhe mais interessante é que Salu *não* desaprova o trabalho de outros artistas do *Movimento Mangue*, justificando-se que eles *fazem o que podem*; porém Maciel, a seu ver, *poderia* fazer um trabalho ‘correto’, e por isso as suas críticas.

*“Nessa história de **Movimento Mangue**, eles misturando com rock, **pra eles que são daqui, serve, não sou contra, porque eles só têm aquilo pra mostrar**. Eles não tinham condições, mas Maciel*

⁸⁸ Diante desta afirmação, imediatamente lembramos da situação descrita por Revel (apud Berger, 1998, p. 82): quando a cultura popular começa a diluir-se e a desaparecer, começa a atrair estudiosos. A este fascínio, Revel chama de a “*beleza do morto*”; quando sua morte é anunciada, ainda que não concretizada, é que a cultura popular começa a ser alvo de estudos... Ou, talvez, o que estejamos presenciando não seja a agonia final da cultura popular, mas sua redefinição, a partir da qual vai assumir um novo modo de existir na sociedade de massa?

teria, até porque ele tem o pai que tem, tá certo? Maciel tinha tudo pra ser um bom artista, para ser um segundo Mestre Salustiano”.

Salu talvez não consiga enxergar, em sua vontade sempre expressa de tornar Maciel o ‘novo Mestre Salustiano’, que seu filho também é ‘da cidade’, ou seja, que sofreu a influência da cultura massiva de forma muito mais forte do que o pai e o avô. O fato de Maciel fazer uma música que já não se enquadra nos padrões do popular, embora nele continue ‘bebendo’ com força, deixa Salu inseguro, como as reconversões estivessem acontecendo de forma demasiada, e Maciel estivesse deixando de ser quem deveria:

“Com as amizades e os conhecimentos que ele tá adquirindo, pode até desenvolver um trabalho que dê certo, mas eu não acredito. Ninguém pode fugir das suas origens. Eu acredito que ele tá dando tudo de bandeja para os outros. E aí ele é quem vai seguir os outros, né, porque fica nessa história de montagem, que já é outro estilo de coisa”.

Deixando de ser popular, Maciel, na visão de Salu, estaria desperdiçando seu maior *trunfo*, ficando em desvantagem em relação aos outros da banda e, ao mesmo tempo, diante de outros artistas populares:

*“É como se ele tivesse pegando experiência com pessoas que não conhecem do assunto. Minha preocupação é que isso devia ser uma coisa mais dentro da realidade dele, de onde ele criou-se. Eu acho que ele botou na cabeça que deveria crescer sozinho, e é muito difícil se crescer só. Ele tem tudo pra ser um grande artista, e pra falar a verdade, na minha visão, ali no **Chão e Chinelo** o artista é ele. Agora na parte da **burocracia**, os outros são doutor na frente dele, é tudo **cabra** estudioso e mais sabido do que ele”.*

Para nós, o mais significativo do depoimento de *Mestre Salu* foi perceber que o problema passa pela questão de **quem está no comando**, quem é o ‘eixo’; a impressão que passa é que sente como se Maciel, fora do âmbito da cultura popular, estaria numa posição inferior. Tal hipótese fica fortalecida diante de afirmações como a que se segue, onde Salu tentou nos explicar o que é mais importante que não mude dentro de cada *brincadeira*: *“tudo que a gente tem numa coisa que é tradição, depende logo de cores, do feitio da roupa, o feitio da indumentária. Pode mudar o material, mas o formato tem que ser o mesmo. O número de pessoas depende dos personagens que se bota, pode até aumentar com os acompanhantes, pode vir do jeito que vir, até personagem de outro brinquedo pode ser tudo acoplado dentro, e os iniciantes de qualquer jeito tá bom. O importante é ter o suporte lá na frente, se o suporte tá na frente não tem nada errado, tá tudo bom, quem vier atrás tá sendo arrastado, não tem problema. Pode vir americano, pode vir espanhol, pode vir alemão, não tem problema nenhum. Pode participar, mas tá sabendo que o eixo tá na frente, que o comando tá com o boca de trincheira, o puxador de cordão, o mestre, contramestre, dama de paço, rei, rainha. São os cabeças, e a gente não pode*

misturar as bolas, não". E é interessante que a opinião de Maciel sobre o que é essencial que seja mantido dentro das *brincadeiras* seja tão parecida com a do pai:

"eu acho que o importante é sempre manter a tradição, fazer sempre aquilo como sempre foi, o ritmo, tudo. Não se pode fazer uma coisa estilizada e depois ficar dizendo que aquilo é a brincadeira original. Se tem alguma coisa a ver com religião, deve-se manter aquilo ali, não usar aquilo à toa. É preciso manter sempre o respeito, senão aquilo vira uma casca, uma coisa qualquer. Isso se aprende com os antigos, o povo antigo mantém essa tradição e repassa pra família, pros filhos, pra quem vai ficar no comando. Essas coisas que são de raiz, não mudam, dependem de quem brinca, dependem de quem faz".

Para Maciel, seu maior trânsito entre a cultura massiva não é algo que considere enfraquecedor pois, além de permitir-lhe trilhar seu próprio caminho, o trabalho com o **Chão e Chinelo** não o impede de participar das antigas *brincadeiras*, criando inclusive novos espaços para trabalhar o popular, facilitando o seu contato com a cultura hegemônica:

"esse intercâmbio é bom pra mim e bom pra eles. Sempre vou estar arranjando contrato, e isso fortalece a cultura popular, não atrapalha, só faz crescer. Como é que eu vou sair do caminho de onde eu nasci, me criei, vivo e trabalho? Não vou deixar nunca isso de lado, isso é meu ponto forte, meu pai pode até pensar que eu abandonei minha raiz, mas eu quero sempre e mais estar lá junto deles, que eu tenho muito o que aprender ainda. E sempre que puder, vou divulgar e conseguir coisas pra eles, pro maracatu e pras outras brincadeiras. E vou continuando o meu trabalho no Chão e Chinelo, porque eu me sinto uma pessoa misturada, tou dentro de uma coisa e de outra, e é bom participar dos dois".

As crenças – Atualmente, Maciel se diz católico e Mestre Salu e seu João, crentes da Assembléia de Deus⁸⁹. Seu João converteu-se com mais de setenta anos, por influência de uma de suas filhas e, de certa forma, também para ter uma atividade social: é na igreja que ele toca violino, conversa, arrumada namoradas. Mestre Salu tornou-se crente de forma repentina, o que prejudicou o maracatu, que tem um forte lado religioso. *"De repente, ele não queria saber mais de maracatu. Aí eu fiquei pensando, porque era uma responsabilidade muito grande e eu tinha, o que?, uns dezoito, dezenove anos. 'E como vai ser agora? Quem é que vai tomar conta das brincadeiras? Quem é que vai ensinar? Quem vai ser presidente do maracatu?' Mas assumi. E o pior é que, depois que papai foi pra igreja, passou uns tempos e vovô também não quis mais tocar rabeca no cavalo-marinho e foi ser crente. Foi muito complicado pra mim"*, comentou Maciel. Depois, Mestre Salu acabou retomando as atividades dentro do maracatu, embora tenha delegado aos filhos a tarefa de dirigir o *Piaba*.

O Mestre passou a enxergar as atividades como sendo **seu trabalho**, e por isso, embora precisando enfrentar a reprovação dos fiéis de sua igreja, diz não se importar: *"Jesus disse,*

⁸⁹ Curiosamente, dos três Salustianos é Maciel quem mais preserva as tradições religiosas da família; segue a tradição brasileira de se dizer católico – tem sua fé, faz suas orações, e de vez em quando vai à missa.

‘trabalhai pra se manter do suor do teu rosto’, e eu pergunto, se a minha profissão é essa, se eu sou músico, tenho que trabalhar pra comer, e por que é que eu não posso tocar pra ganhar meu pão? Ôxe, assim um jogador não podia ser crente! Assim um policial não podia ser crente, porque ia atirar em gente, dar lapada, que esse é o trabalho dele!’, desabafou Salu.

Os filhos de Salu vêm comandando o *Piaba*, embora, no dizer do pai, não levem o assunto religião dentro do maracatu muito a sério, e brinquem mais “por esporte”. Ainda assim respeitam as tradições, e o próprio Salu contou-me como ficou irritado quando uma integrante de outro maracatu disse, numa matéria de jornal, que as complexas e misteriosas preparações que se fazem antes do cortejo saíam seriam *‘tudo frescurinha’*⁹⁰. Salu traiu-se ao falar de uma série de premonições e sonhos que teve quando saía com o maracatu, e das diversas precauções que um *mestre* deve ter e que seus filhos, pelo jeito, levam adiante, como se apercebe no depoimento de Maciel:

“maracatu tem aquela coisa da religião, sempre teve essa coisa de calçamento, de xangô. Isso todo maracatu tem, e acho que vai ser difícil de deixar. Eu não sei se foi por causa disso que papai não quis continuar. A gente não tem pai de santo no Piaba feito alguns maracatus têm, mas dentro do maracatu da gente tem pessoas que são calçadas, que têm as obrigações. Uma coisa importante é manter o respeito. Eu, por exemplo, mantenho meu resguardo. A gente não pode beber nem namorar, ter relações com mulher. Essas coisas eu mantenho, já é tradição e você tem que ter cuidado porque, senão, o bicho pega”.

As aspirações para o futuro - Excetuando uma expressa vontade de casar outra vez, seu João Salu não revelou maiores aspirações e planos para o futuro. No passado, também não pareceu ousar muito. Segundo seu filho Salu, o sonho de sua mãe era sair do engenho, mas o pai nunca teve coragem⁹¹. Por seu lado, na época em que morava no interior, a maior vontade de Salu era sair do engenho e poder viver de sua arte:

“O doutor mandou saber do administrador por que é que eu queria sair do engenho, que eu era um bom trabalhador, ele gostava de mim porque eu não era faltoso em trabalho e cumpria minhas obrigações. Ele soube que eu ia embora e disse, ‘ô Salustiano, você não sabe ler, como é que você vai pra um lugar que você não conhece, onde você não tem amigos, não tem seu povo de brincadeira, você vai fazer o que na cidade? Aqui você tem tudo, você acha que a vida na cidade é boa? Não é não’. ‘Ói, doutor, eu sei que a vida na cidade não é boa, agora o meu problema é que eu não quero mais trabalhar na palha da cana, eu sei que eu sou um artista, e aqui ninguém me

⁹⁰ Com sua autoridade de presidente da Associação de Maracatus, ele prontamente chamou o mestre responsável e disse que tomasse cuidado ao escolher as pessoas que compunham seu maracatu, pois ‘gente de baixo meretriz’ como a tal fulana não mereciam lugar nele.

⁹¹ “Pai era desses home medroso. Acharia que na rua ia morrer de fome... Ia ter que pagar aluguel de casa, não sei que mais, ou também não queria acabar com o que tinha pra comprar uma casa. É aquela história, quem morre de medo não sabe do que morreu. O culpado de Pai não ter se aprumado logo é que Pai não foi pelo que Mãe dizia, se ele tivesse ido a vida da gente tinha seguido um caminho melhor. E Mãe morreu no engenho, porque Pai não saiu em tempo”.

valoriza, aqui o valor da gente é trabalhar no pesado de noite a dia. Eu acho que eu procurando um lugar grande, será que não encontro alguém que ache graça em mim, pra que eu possa fazer um trabalho mais desenvolvido?’’

Segundo conta *Mestre Salu*, ele não fazia idéia das coisas que ia conseguir na capital:

“quando eu tava no interior, eu tinha vontade de ter minha casa, mas nunca pensei em ter um carro. Minha idéia era sempre de tocar, brincar, fazer as coisas boas, e ensinar. Tinha vontade também de ter um sítio, por causa do costume do interior, pra plantar, criar umas cabras. Toda vida, o que eu tive medo é de passar fome. Agora, tendo saúde e barriga cheia, pra mim tá ótimo, não tenho vontade de ser rico. Hoje quando chego lá no interior, lá onde morei, o povo vizinho que me conheceu não me tem como pobre, só tem como rico, quando fala no meu nome e quando eu apareço na televisão. Parece que eu ganhei milhões e milhões, ‘você tá muito rico, Salustiano, agora você pode’, e até nem é muito bom, a gente vê como tá a violência no mundo...”

Para ele, ainda falta realizar um sonho muito importante: “Eu tenho muita vontade de ter uma sede aqui bem padronizada, um espaço com dormitório, salão de dança, lugar de guardar indumentária, uma sede do jeito que o figurino manda. Tudo isso é coisa que falta pra eu cumprir o papel como um autor. Aí, o povo diz assim, você tá realizado? Não, tenho muita coisa pra realizar. E eu ainda tenho uma sede velha, caindo, fraquinha, e os outros que não têm? Eu jogo na Tele Sena todo dia, e se eu vencer, você veja o que eu fazia, não ia pedir nada a ninguém”.

Maciel, aparentemente, é menos ambicioso. Quando perguntado, seus sonhos fluíram na forma de um ‘discurso’ amplo e sincero:

“futuro a gente não pode prever, pode desejar... Primeiro que os governantes do país olhem para o Brasil de uma forma que descobrisse a riqueza que o nosso país tem. Deviam valorizar mais o país, acabar com essa miséria que está por aí. Eu, mesmo, quero continuar com minha rabeca, sempre estudando música, que é isso aí o meu dia-a-dia. E eu vou continuar sempre por perto da minha família, brincando maracatu... Tenho duas filhas, e futuramente quero ter mais uns filhos⁹²... Quero viver bem, ter muita união com minha família e meus amigos, quero aprender mais. E quero viver da minha arte, ficar rico em termos de cultura popular e ter dinheiro de uma forma que eu possa viver e manter minha família. O bom é ser feliz, ter saúde, fé em Deus, ser humilde e acreditar no próprio talento”.

Conclusões

Aqui, queremos falar um pouco das reconversões e ‘permanências’ culturais que observamos dentro das três gerações de artistas. Nossa hipótese era a de que, além das reconversões visando alcançar o massivo, a manutenção da identidade popular na família Salustiano também seria realizada conscientemente, ocorrendo através do contato permanente com outros artistas populares e do trabalho dentro da família e da própria comunidade. Não são movimentos contrários; o que ‘pode’ e o que ‘não pode’ ser mudado acham-se ligados

⁹² Sua terceira filha, Maria Anatterra, fruto de seu segundo casamento, nasceu em março de 2001.

intrinsecamente. Diante das características que vão sendo reproduzidas, reconstruídas, modificadas e mantidas diante das mais diversas situações é que pode-se perceber o fascinante processo de construção de uma identidade que não é única, homogênea, mas construída ao longo da vida e da história a que se pertence.

Pudemos perceber os dois movimentos com força, especialmente nas falas de *Mestre Salu* e *Maciel*, mais híbridos que *seu João*. Na trajetória da família do interior para a metrópole. Nos sonhos de consumo de *Mestre Salu*, que mudaram ao longo do tempo, bem como suas crenças e os folguedos que pratica. E no esforço de *Maciel* em preservar e divulgar as raízes de um interior que só foi seu de maneira indireta.

Encontramos diversos tipos de reconversão na fala dos personagens: *espontâneas*, como as que *Mestre Salu* foi fazendo em seu cotidiano ao chegar ao Recife, aprendendo novas formas de comer e até ir ao banheiro, bem como as novas maneiras de vestir de *Maciel*, inspiradas nos amigos *mangueboys* e em outros artistas, mas alvo de alguma pilhéria por parte dos tios e outros parentes; *intencionais*, como quando *Salu* aprendeu e passou a utilizar-se dos códigos hegemônicos ao lidar com o governo e a mídia, e a sua nova forma de organizar suas brincadeiras (deveríamos descrever esta como *forçada?*), e como quando *Maciel* aprendeu a fazer projetos de eventos para levar ao governo, às empresas e aos meios de comunicação.

Um dos aspectos mais significativos que percebemos foi a concordância em que um dos fatores mais importantes a serem preservados é a definição de quem comanda as *brincadeiras*, questão que passa pela luta pelo poder hegemônico e pelo fato de que a tradição e a essência do brinquedo residem nos valores transmitidos de geração para geração.

Em *Maciel*, encontramos muitas ‘permanências’ que são como que reconversões ao contrário: *forçadas* e *espontâneas*, dentro da convivência com a família, o que lhe rendeu uma rigorosa educação interiorana, o hábito de acordar cedo, de preferir determinado tipo de comida e de proferir certas expressões peculiares da Zona da Mata com sotaque carregado, além, é claro, de uma grande habilidade dentro de todas as *brincadeiras* praticadas pelo clã *Salustiano*; e *intencional*, que transparece, por exemplo, quando vai ao interior ‘pesquisar’ outros artistas, ainda que seu pai considere o ato uma imitação do comportamento de seus amigos ‘não-populares’.

Mestre Salu critica seu filho por estar seguindo outros caminhos mas seguiu, ele próprio, caminhos diferentes dos trilhados por *seu João* e por outros artistas populares que tiveram pouco contato com a mídia e com as autoridades governamentais. A ‘onda’ que ele pegou, trinta anos

atrás, talvez seja a mesma em que Maciel navega agora. Porque, na realidade, pai, filho e neto são três pessoas diferentes, com vivências diversas, que representam três momentos distintos do contato das culturas populares com a cultura massiva. *Seu João*, o popular pré-massivo, mais puro e isolado; *Mestre Salu*, o popular em contato com o massivo, deparando-se com os problemas e as vantagens da relação com essa cultura diferente; Maciel, o popular quase massivo, urbano, integrando-se à cultura hegemônica e descobrindo nela mecanismos para ajudar a manter viva a tradição popular.

Seu João nos mostrou que da vontade vem a arte. Salu nos ensinou que a ciranda pode nascer do samba, que as caras da televisão são muitas, e que quem senta na garupa não segura na rédea do próprio cavalo-marinho. Maciel faz o caminho contrário, que é no fim das contas o mesmo: tenta reinventar sua raiz pelos próprios meios. Ao transformar-se em ‘intermediário’ da cultura de massa para artistas populares que não conseguem ter nesta uma boa penetração, Maciel contribui para a continuidade de suas *brincadeiras*. Se o trabalho que sua banda **Chão e Chinelo** apresenta não pode ser descrito como ‘autêntico’, seu esforço em divulgar tais tradições tem o mérito de facilitar o intercâmbio entre culturas e aumentar a chance dos artistas populares conseguirem seu próprio lugar ao sol. O inevitável é que a cultura massiva prossiga permeando o cotidiano de todos, até das *brincadeiras* da Zona da Mata. Talvez integrar-se ao massivo seja a forma que Maciel encontra de ser mais popular, reivindicando os interesses populares não mais *contra*, mas de *dentro* da cultura massiva.

O que faz ser popular? Se o trabalho de Maciel é ‘menos’ cultura popular do que o de seu pai, será o trabalho de *seu João* ‘mais’ cultura popular que o de seu filho? E quando a cultura popular transforma-se em mais uma face da cultura de massa? Estará ela se destruindo, ou encontrando um novo modo de sobreviver? O que é “certo” ou “errado”, nesse contexto? Quem pode prever o que acontecerá a esse modo de existência, se um dia o popular se integrar plenamente à hegemonia? Que cultura massiva teremos? Que cultura popular deixaremos de ter? Que mundo estará sendo construído?

A história da família que tentamos alcançar apenas começa. Imaginamos o que acontecerá aos filhos de Maciel Salustiano, e aos filhos desses filhos. Quanto da experiência do popular continuará em suas vidas, numa gradação tênue em direção o massivo. Como um rio que segue em frente, sempre o mesmo, e nunca igual. Um objeto de estudo capaz de inspirar muitas outras pesquisas.

Bibliografia resumida

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1998, cap.1, p. 81-86: Do popular: toda transgressão que couber e o povo aprovar, a gente reivindica.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Sudamericana, 1995.

_____. Culturas Híbridas y Estrategias Comunicacionales. **Seminario Fronteras Culturales: identidad y comunicación en América Latina**. Universidad de Stirling, 16 a 18 de outubro, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Naucalpán: Gustavo Gilli de México, 1993.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. São Paulo: Loyola, 1998.

MESQUITA, Mariana. **Caranguejos com Cérebro: Breve mergulho no Manifesto do Movimento Mangue**. Recife, Universidade Federal Rural de Pernambuco, 1998. Trabalho apresentado. Mimeo. 15p.

MURPHY, John. The Rabeca and Its Music, Old and New, in Pernambuco, Brazil. **Latin American Music Review**, Austin, v. 18, n. 2, p.147-172, 1997.

MURPHY, John Patrick. **Performing a Moral Vision: an Ethnography of Cavalo-Marinho, a Brazilian Musical Drama**. New York: Dissertação (Department of Ethnomusicology) - Columbia University, 1994.

OLIVEIRA, Sérgio Roberto Veloso de. **A rebeça na Zona da Mata Norte de Pernambuco: levantamento e estudo**. Recife: Monografia (Departamento de Música) - Universidade Federal de Pernambuco, 1994.

Turismo religioso popular: um cenário folkcomunicacional

Severino Alves de Lucena Filho
Professor do Curso de Comunicação Social e Turismo da Universidade Federal da Paraíba - Brasil
Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS
Lucenafolk@bol.com.br

Resumo: O ensaio, nas suas abordagens teóricas e nos relatos práticos, contempla as vivências cotidianas e pesquisas de campo no âmbito do turismo religioso popular e na contemplação dos múltiplos cenários folkcomunicacionais que integram essa manifestação popular religiosa. A fundamentação teórica abraça conceitos dos estudiosos na área do turismo, do turismo religioso popular e da teoria da folkcomunicação. Os cenários folk registrados visibilizam as vivências do turismo religioso popular dos romeiros nos santuários do país que são expressões vivas das culturas populares e da religiosidade do nosso povo

Palavras-Chave: Turismo religioso popular; cenário; Folkcomunicação.

O pensamento católico sobre a comunicação no Brasil tem suas raízes fincadas no cenário da chamada Questão Religiosa, da segunda metade do século XIX, quando se dá mais incidente que viria a provocar a separação entre a Igreja e o Estado, efetivamente ocorrida com o advento da República. Esse foi o marco que suscitou maior repercussão histórica, depois dos conflitos ocorridos durante o regime colonial, quando o Marquês de Pombal expulsou a Companhia de Jesus do território nacional português – aí incluído o Brasil-colônia,.

O Censo Brasileiro do ano de 2000 revelou que a Igreja Católica perdeu 10% dos seus fiéis. Diante dessa evidência, tornou-se inadiável a busca de estratégias evangelizadoras, muitas das quais respaldadas pela comunicação midiática e pelo turismo religioso.

Para Olimpio Bonald Neto (1995, p.62) o conceito de turismo engloba uma multiplicidade de ações que vão desde a necessidade de descanso, passando pela aquisição de novas experiências, conhecimentos, englobando encontros místicos-religiosos, até as atividades inerentes aos homens que procuram novas formas de expansão para o mercado capitalista.

“O turismo – na visão de Carlos Trigueiro (1999, p.14) – é, na verdade, uma atividade de troca, portanto, se caracteriza como um mercado onde existe uma oferta de produtos turísticos e uma demanda de pessoas dispostas a visitar esses destinos”.

Na definição formal, turismo religioso é compreendido como uma organização que movimentava inúmeros peregrinos em viagens pelo mistério da fé e da devoção. José Vicente de Andrade (2000, p.77) tem o turismo religioso como

“o conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e a realização de visita a lugares ou regiões que despertam sentimentos místicos e/ou suscitam a fé, a esperança e a caridade nos fiéis de qualquer tipo ou em pessoas vinculadas à religião”.

No Brasil, o turismo religioso, em face da formação da sociedade brasileira, é rico e plural, principalmente por conta das tradições do catolicismo, sejam elas elitistas ou populares.

Na visão do Padre Carlos Artur Anunciação (1999, p.14) *“atualmente cresce nos santuários da América Latina o número de turistas, sendo que o fluxo de peregrinos varia conforme a época, de acordo com as características de cada santuário”.*

No Brasil, os centros de peregrinação estão presentes em todas as regiões. Embora sua quantificação não seja exata, estima-se existam mais de uma centena em todo o País, com destaque para: Aparecida do Norte (em São Paulo); Padre Réus e Nossa Senhora do Caravaggio (no Rio Grande do Sul); Padre Cícero (no Juazeiro do Norte, Ceará); Padre Ibiapina (na cidade de Arara, na Paraíba); Bom Jesus da Lapa (no Sertão baiano); São Severino do Ramos (na cidade de Paudalho, em Pernambuco); Frei Damiano (no Recife), o Círio de Nazaré (em Belém, do Pará); e os recentes santuário dedicados a Nossa Senhora, mantidos pelo movimento dos católicos carismáticos.

Os santuários são a expressão sólida da religiosidade do povo brasileiro. Funcionam como centros de devoção e de romarias, verdadeiros espaços de manifestação coletiva da religião popular. As peregrinações aos santuários, no Brasil e na América Latina, constituem um movimento do próprio povo, aprovadas pelos documentos oficiais da Igreja, vinculadas à Comunidade Eclesial, a iniciativa de particulares ou geridas pelas dioceses, paróquias, associações religiosas, pastorais e profissões.

O turismo religioso popular origina-se das peregrinações populares, que são constituídas, na maioria das vezes, da população carente, que por fatores políticos, sociais, econômicos e culturais não dispõem de meios eficazes de comunicação, e embora esses meios existam, sua condição social não lhes permite acesso a eles e, mesmo assim, é mantida uma “comunicação” com Deus e com o “mundo espiritual” através dos santos de sua fé no místico e no sobrenatural. Daí a existência de um turismo religioso popular que estabelece relações no âmbito do lazer, com a religiosidade, e vincula-se com as práticas culturais e com entretenimento que são fundamentais para sociabilidade.

As atividades de lazer propiciadas pelo turismo religioso através das festas, procissões, romarias e novenas integram o universo das culturas populares caracterizando seu vínculo com o folclore e ligado às nossas tradições urbanas e rurais. Estes eventos folkturísticos propiciam uma ruptura nas vivências cotidiana dos peregrinos, que encontram nas manifestações populares, formas de divertimento e de contato também em nível familiar e social.

Para estudar a relação da cultura popular com o turismo, destacamos Benjamin (2000, p.23-24) na sua visão de FOLKTURISMO:

“Ao tornar-se o turismo uma atividade econômica relevante no mundo capitalista, as peregrinações foram incorporadas, criando-se a categoria turismo religioso, em relação aos centros de visitação capazes de atrair pessoas das classes média e alta. A gente do povo continua porém, a realizar as suas peregrinações com sua própria estrutura organizacional, mantendo traços culturais que remontam a velha tradição da peregrinação penitencial e incorporando, dentro de suas possibilidades, aspectos típicos do turismo da modernidade”.

Diz, ainda, Roberto Benjamin, que o turismo religioso popular, pelo número significativo de romeiros que o realiza, se tornou uma fonte geradora de renda tão importante quanto a economia provocada pelo turismo religioso capitalista.

Na visão de Joseph Luyten (1980, p.39), *“todas as elaborações de contextos populares têm sua razão de existir. Portanto, essas manifestações podem e devem ser encaradas como um desejo consciente ou inconsciente da expressão de algo fundamental para a vida dessas pessoas”.* Os romeiros nas suas visitas ao Santuário, via turismo religioso, buscam junto ao eterno o meio de concretizar seus desejos. São os mistérios e os enigmas que fazem parte da vida dos romeiros, que acreditam nos milagres, cultuam os Santos de sua devoção como uma forma de oração, de chegar mais perto de Deus.

Benjamin (2000, p.16), coloca que, *“os romeiros ao realizarem suas práticas religiosas utilizam em sua comunicação com o Divino, um viés da Folkcomunicação, que pode ser compreendida como a comunicação do povo que encontra no folclore uma maneira de expressar suas opiniões e de fazer parte da sociedade hegemônica”.* Continua o professor registrando que é comum o uso dos instrumentos comunicação e religiosidade popular, tais como as preces silenciosas, as orações, as penitências, as devoções, as celebrações, a reconciliação com o Santo e até a conversão do peregrino, podendo-se observar que para eles a visita ao Santuário é um reconhecimento do poder divino, da busca da fé e dos meios de alimentá-la.

Conquanto não se deva apressar conclusões, tão somente pela leitura de uma ocorrência de pesquisa, a maior parte das observações constantes desta comunicação foram testadas durante

diversas visitas de trabalho ao santuário de São Severino dos Ramos, situado a cerca de 50 quilômetros de distância da cidade do Recife (capital de Pernambuco). Tais visitas compreenderam o período que vai de julho de 1998 até o domingo-de-ramos do ano de 1999, ocorrido no mês de abril.

Nesse ambiente foi possível encontrar os múltiplos cenários que integram as redes de comunicação popular e folclórica no contexto do turismo religioso popular, através de cenas, imagens e performances que o caracterizam as ocorrências de romarias àquele santuário como eventos folk.

Destacaram-se como mais expressivas, as seguintes observações e constatações:

- para formação dos grupos para visitar os Santuários, os organizadores usam a comunicação direta via propaganda “boca-a-boca”, os frentistas como são chamados, convidam pessoas da sua própria comunidade e das áreas circunvizinhas, para participarem da romaria;

- durante o trajeto da viagem os agenciadores acompanham os romeiros rezando e cantando músicas religiosas, que contemplam louvores aos Santos e a Nossa Senhora;

- os meios de transportes usados pelos romeiros, em especial no Nordeste e Norte do Brasil são: pau-de-arara; camionetas e peruas; ônibus e outras formas como: a pé, a cavalo, de bicicletas, motocicletas e até em tratores;

- os ex-votos (expressões materializadas como forma de agradecimento pela graça alcançada) são formas de comunicação folk que o romeiro usa para demonstrar a sua gratidão a quem lhe socorreu na necessidade, propiciando-lhe o benefício recebido. A propósito, o estudo dos ex-votos se encontram nos alicerces do estudo da Teoria da Folkcomunicação, através do artigo pioneiro- “*O ex-voto como veículo jornalístico*”, do professor Luiz Beltrão, publicado no Recife, em março de 1965, na Revista Comunicações e Problemas.

Embora muito se tenha publicado sobre o ex-voto, após Beltrão, foi dado como conveniente indagar, no ambiente pesquisado, sobre as naturezas do encontro das representações da cultura material com a cultura religiosa, expressas como promessa, como milagre, como graça alcançada, das quais a oferenda materializada no ex-voto testemunha a comunicação tentada entre o romeiro e o Santo de sua devoção, no plano religioso, portanto, no decurso da ação física de

propiciar uma oferta material, com a qual o romeiro comunica o seu agradecimento ao ser divino pela graça alcançada.

Em São Severino dos Ramos os ex-votos se apresentam sob a forma de: fotografias; diplomas; placas; imagens; cadeiras-de-roda; urna funerária; caixões de defunto (miniaturizados e em tamanho natural); muletas; bicicletas; casas feitas em madeira, barro ou cera; cadernos; fardas militares e escolares; vestidos de noiva; camisetas de times esportivos; armas de uso militar e civil; peças representando partes do corpo - seios, cabeças, mãos, membros feitos em cera, gesso, madeira ou barro; bonecas; mechas de cabelos; cartas de agradecimentos; obras pintadas, entalhadas na madeira ou no mármore; “santinhos” de políticos; discos, cartazes de artistas populares etc.

O ex-voto expressa a satisfação pela graça alcançada e constitui-se num instrumento de folkcomunicação que publiciza através da exposição destes, o reconhecimento, o poder milagroso do Santo e a existência do artista popular.

Peças que compõem a vestimenta dos romeiros são claras expressões folk como: lenço na cabeça; chapéu de palha, de feltro de cor preta; camisetas com fotos e mensagens de políticos e de empresas populares com registro dos patrocinadores; escapulários; o terço no pescoço ou nas mãos; as mortalhas nas cores do Santo; a roupa na cor preta expressando luto; medalhas dos Santos de sua preferência fixadas nos vestidos, camisas e camisetas com imagens de Santo e mensagens religiosas.

Um outro aspecto que mereceu registro no turismo religioso popular foram os cenários do comércio informal praticado nos locais de romaria, que geram trabalho e circulação de dinheiro na localidade. São os vendedores ambulantes, as barracas e lojas que comercializam artigos religiosos (imagens de santos em gesso ou em molduras, escapulários, velas, fitas, medalhas, flores plásticas, camisetas e inúmeros outros produtos populares), não se podendo esquecer dos alimentos, das bebidas, dos compact-disks piratas, das fotos dos artistas televisivos em evidência.

Os romeiros, persuadidos pelos múltiplos apelos dessa comunicação folk, ao voltarem para seu lugar de origem, levam lembranças para os familiares e amigos, ou um souvenir que lembrarão da sua presença no Santuário. A sua performance de visitante é uma réplica perfeita da que é vivenciada nas peregrinações capitalistas e nos demais destinos turísticos.

As fotografias registram as cenas que fazem parte do evento. Os romeiros fotografando o Santuário ou sendo fotografados quase sempre em grupos de amigos ou com integrantes da romaria nos cenários preferidos: a frente da Igreja, o alto principal, ou algum espaço diferenciado que exista no local. Um registro para a presença dos fotógrafos populares, os lambe-lambe e os que fotografam em slide para produzir monóculos. As fotos, consolidando e documentando as impressões de viagem, tornam-se importantes retroalimentadores da comunicação interpessoal que determina tanto o retorno do romeiro em nova performance turística, quanto alimenta a difusão do turismo religioso entre futuros – novos – peregrinos.

Outros aspectos significativos da observação efetivada foram as informações dos cenários plurais retratando as vivências cotidianas de fé, de lazer, de trocas simbólicas e de performances folkcomunicacionais que integram o turismo religioso popular. Estas contribuem para o desenvolvimento da economia e sobrevivência das classes populares, também trazendo mudanças para as manifestações religiosas tradicionais, tornando-a mais adaptadas ao mercado turístico, uma vez que o turismo propicia uma interação social entre o núcleo receptor e o turista, promovendo transformações de comportamento e geração de novos cenários.

Este relato sobre o turismo religioso popular evidencia que o estudo do turismo popular, especificamente do turismo religioso, é uma das vertentes da nova abrangência de pesquisas no âmbito dos estudos da folkcomunicação. Enquanto resultado do estudo de campo e de gabinete procurou, também, fixar as manifestações da cultura popular religiosa enquanto prática turística, em suas dimensões plurais, que dizem respeito ao campo simbólico e material de realidades em cenários preenchidos por atores de classes subalternas.

Bibliografia

- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.
- ANNUNCIACÃO, Carlos Artur [padre]. **A peregrinação na vida atual da igreja latino-americana**. Aparecida: Santuário, 1999. 14p. (Coleção Cadernos Marianos, 1).
- BELTRÃO, Luiz. O ex-voto como veículo jornalístico. **Comunicação & Problemas**, Recife, v.1, n.1, p.9-14, mar.1965.
- BENJAMIN, Roberto Emerson da Câmara. **Folkcomunicação no contexto da massa**. João Pessoa: Imprensa Universitária, 2000.
- BONALD NETO, Olimpio. **Planejamento e organização do turismo: teoria e conceitos básicos**. 3.ed. Recife: Fundação Antônio dos Santos Abranches-FASA, 1995.
- CARVALHO, Adriany Rosa de Matos. **O turismo religioso popular em São Severino dos Ramos: um estudo de folkcomunicação**. Recife, 2001. 188p. Dissertação - Mestrado em Comunicação Rural - Universidade Federal de Pernambuco, 2001. Orientador: Roberto Emerson Câmara Benjamin.

LUYTEN, Joseph M. Sistema de comunicação plástica. In: **Sistemas de comunicação popular**. São Paulo: Ática, 1980.

MELO, José Marques. Comunicação religiosa no Brasil. **Revista Imprensa**, v.15, n.173, p.56-57, jul. 2002.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Marketing e turismo**: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

Os estudos de folkcomunicação hoje no Brasil

Prof. Dr. Sebastião Geraldo Breguêz (UFV-MG)
E-Mail: breguez@uai.com.br

A Folkcomunicação é uma disciplina científica criada na década de 1960 pelo jornalista e professor Luiz Beltrão com o objetivo de analisar os impactos midiáticos das manifestações culturais das classes populares, que também são chamadas de classes subalternas. Ao longo dos anos, ela se transformou em importante área de reflexão acadêmica, dentro do universo comunicacional brasileiro, liderada por dois principais discípulos de Luiz Beltrão: o seu sucessor imediato, o professor Dr. Roberto Benjamin (UFRPE) e o professor Dr. José Marques de Melo (Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação). Por incentivo destes dois pesquisadores, junto com uma dezena de acadêmicos de várias partes do Brasil, foi criada a Rede Nacional de Pesquisadores de Folkcomunicação, que já realizou três congressos nacionais e está preparando o próximo para a cidade de Campo Grande (MS), no portal do Pantanal Mato-grossense, região rica em manifestações folclóricas, mas também de raras belezas naturais.

A proliferação de estudos e pesquisas na área de Folkcomunicação – que estuda a interface que une a Comunicação e o Folclore (Cultura Popular), com o intuito de oferecer condições para uma reflexão permanente e aprofundada da repercussão do folclore na mídia – fez com que as principais instituições nacionais e internacionais de Ciências da Comunicação criassem Núcleos e/ou Grupos de Pesquisas nesta área como:

- ALAIC – Associação Latino-americana de Ciências da Comunicação;
- FELAFACS – Federação Latino-Americana de Faculdades de Comunicação Social;
- LUSOCON – Federação Lusófona de Ciências da Comunicação/
- INTERCOM- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

A Folkcomunicação, assim, se dedica ao estudo “do processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através dos agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”(Luiz Beltrão). Assim, para entendermos o seu verdadeiro campo de ação, temos que situar os dois itens básicos na análise do tema: um significado de *Cultura Popular* (folclore) e um significado de meios de *Comunicação*.

Cada época, com sua visão de mundo tem imprimido novas concepções à ciência do folclore, desde o romantismo, com a valorização da consciência histórica, origens míticas e

volkgeist. Buscando raízes populares nesse processo de consolidação dos Estados Nacionais, o romantismo passou a valorizar as coisas do povo, conferindo-lhe o caráter de entidade homogênea.

Mas esta concepção romântica de povo, vista como uma espécie de essência independente da divisão da sociedade em classes sociais, dotado de alma popular -conforme escreve Fischer- é fato que até hoje acarreta bastante confusão. O povo não constitui uma simples categoria abstrata, mas é elemento vivo, transformador, criador de valores materiais e espirituais determinantes no desenvolvimento histórico. As manifestações populares, por isso, encerram conteúdo vivo e dinâmico, numa constante criação.

O folclore pode ser muito bem visualizado - como insinua o pensador italiano Antônio Gramsci - em termos de estruturas ideológicas da sociedade: ao lado da chamada cultura erudita, transmitida nas escolas e sancionada pelas instituições sociais, existe a cultura criada pelo povo, que articula concepção de mundo e de vida contrário aos esquemas oficiais dominantes. Há nesta última, é claro, extratos fossilizados, conservadores, e até mesmo retrógrados, que refletem condições de vida passadas, mas também criadoras, progressistas, que contradizem a moral dos extratos dirigentes.

É muito importante esta visualização do problema, pois ela vai nos permitir verificar que em uma mesma sociedade há duas formas distintas de cultura: uma cultura erudita, própria da elite, dos grupos que detém o poder na sociedade burguesa - as classes dominantes; e uma cultura peculiar à grande massa populacional, ao povo, às classes subalternas. A cultura erudita ou clássica é, assim, formada por um conjunto de símbolos e elementos míticos que caracterizam um processo de desenvolvimento cultural avançado. A cultura popular, entretanto, reflete um simbolismo rústico, denotando um estágio anterior, mas não estacionário, do desenvolvimento cultural. E é bom deixar claro que estas diferenças são de grau, isto é, são determinadas socialmente pela própria estrutura da sociedade, e não são diferenças naturais. Outra forma de apresentar a mesma idéia é seguindo distinção: a cultura erudita é uma realidade imposta de cima para baixo - dos produtores para os consumidores - enquanto que a cultura popular é estruturada a partir de relação sociais no coração da sociedade.

Visto isto, cabe analisar a situação dos meios de comunicação na dinâmica cultural. A sociedade é dinâmica, está em constante evolução (às vezes, até em revolução) e, por isto, as culturas refletem esta dinamicidade. Há aqui o fenômeno da comunicação que, sem querer

descharacterizar, provoca mudanças culturais importantes. Os grupos, as classes, as instituições não estão hermeticamente fechada: intercomunicam-se permanentemente. Não obstante dispõem de simbolismo diferente, há neles faixa comum - um campo de experiência comum, conforme observou Schramm, que permite a troca de suas práticas de vida, dos seus usos e costumes, das suas concepções. Em todo mecanismo de formação de cultura, a comunicação representa papel primordial. Como processo social básico, a comunicação representa o próprio motor- da configuração do simbolismo que marca o fenômeno cultural. É através da comunicação que as gerações mais velhas transmitem às gerações mais novas o seu acervo de experiências, os símbolos, as normas, os valores, os mitos, E a comunicação que assegura a sobrevivência e a continuidade de uma cultura no tempo, promovendo, inclusive, a transformação dos seus símbolos em face dos novos fenômenos que o desenvolvimento aponta.

Entretanto, a influência dos meios de comunicação, o predomínio da cultura de massa, e intensificação do avanço industrial com novas tecnologias, e o turismo como fenômeno de lazer das multidões, novos desafios foram lançados às manifestações folclóricas. Conseqüentemente, abriram novas perspectivas ao estudo dos processos de transformação, aculturação a até mesmo de destruição. Um pesquisador de folclore, que esteve num congresso em João Pessoa, recentemente, deu seu relato sobre o assunto, contando o que tinha visto e ouvido. Disse que com o gravador ligado ouvia com atenção uma velha de 80 anos que lhe contava uma história de Tancroso da Carochinha. “Quando terminou -continuou- um garoto de uns 14 anos se achegou e quis também contar a sua história. Eu fazia uma coletânea desses contos do interior da Paraíba para o meu livro”

"Estória da Boca da Noite e aceitei a proposta do menino. Foi gravado, então, nada mais nada menos que a história dos Três Porquinhos, difundida pelos estúdios de Walt Disney através de todos os meios de comunicação”. Este pequeno caso contado na Paraíba é igual a outros tantos que ocorrem em todo o Brasil onde a penetração dos meios de comunicação é uma realidade inevitável.

Aliás, desde a década de 1960 a área de comunicação foi contemplada com generosa bibliografia sobre o assunto, passando desde então a participar do diálogo interdisciplinar,

buscando compreender os novos fenômenos que se alastram com rapidez. O francês Edgar Morin, especialista em problemas da comunicação e metodologia em ciências sociais- analisando a homogeneização preconizada pelos mass-media, observa que o folclore é absorvido pela cultura

de massa e, posteriormente, universalizado no "novo sincretismo", tal como os produtos naturais são homogeneizados para o consumo. Abrahan Moles, também francês, lembra que a nossa era é das conservas culturais: os bens culturais (livro, disco, cassetes, filmes) são etiquetados e preparados para o consumo nos supermercados da cultura que encontramos nos centros urbanos.

Evidentemente esse processo conduz à perda da manifestação cultural enquanto expressão da criatividade de um grupo humano nas suas constâncias e raízes – enfim, em suas tradições culturais. Leva à descaracterização e a perda dos valores básicos de memória e identidade.

Outros fatores vêm se aliar à atuação dos meios de comunicação: as mudanças econômicas, as transformações industriais ou mesmo a alta do custo de vida que não permite que o povo compre a indumentária característica das suas manifestações ou fenômenos sociais como o êxodo rural que provoca ruptura com a tradição, pois a população do campo vem para as cidades em busca de melhores condições de vida. Com o crescimento da sociedade industrial é inevitável a extinção progressiva do folclore enquanto manifestação cultural espontânea. Isto porque o avanço cada vez mais intenso das relações sociais e industriais engendra também o avanço da indústria cultural que, em geral, se apropria das expressões que vêm do povo imprimindo-lhes novos significados. Se o folclore no Brasil constitui um campo de exteriorização simbólica da maior importância não é por outra coisa senão porque o grosso da população vive marginalizada e alijada das garantias e regalias da civilização urbano-industrial e sua expressão cultural é manifestada em diversas formas da cultura oral. Mas não é preciso, entretanto, assegurar a permanência da miséria como sustentáculo material do folclore, nem tampouco se deve cultivar nostalgicamente o estágio pré-industrial da sociedade para assegurar a existência da cultura popular. O que se torna necessário é a atuação do Estado, através de suas instituições culturais, para manter e proteger as manifestações culturais e espontâneas do povo. Esta ingerência, evidentemente, pressupõe um Estado de composição democrática no qual o folclore fique ao abrigo das adulterações provocadas pelo dirigismo propagandístico. E que exerça papel de autoconhecimento do povo brasileiro, como queria um dos seus maiores pesquisadores, o saudoso Mário de Andrade. Autoconhecimento de uma cultura marcada pela oralidade e pela herança afro-indígena e que espelha, como documento, a situação existencial e cultural das camadas subalternas da população que faz este país crescer.

Conclusões

Inúmeras são as conclusões que se podem tirar da ação dos meios de comunicação sobre o folclore. A principal delas, entretanto, refere-se ao fato de que esta atuação é um fenômeno

inexorável. Como fenômeno sociocultural o folclore não está dissociado da superestrutura da sociedade e, portanto, não pode fugir aos dinamismos próprios daquela. Se os meios de comunicação destruirão o folclore, é afirmativa difícil de fazer e, creio, improvável de acontecer. O folclore passará por mudanças, pois mudanças são naturais aos fenômenos socioculturais; passará por descaracterizações, perderá a sua espontaneidade, mas se manterá como cultura de uma camada da população que não participa efetivamente da estrutura de poder da sociedade, e que existe em contraposição à cultura oficial.

O problema pode ser descrito na sentença que deu origem à peça de teatro de Oduvaldo Viana Filho e Ferreira Gullar: "Se correr o bicho pega, se ficar o bicho come".

Ou seja:

1. Se subvencionado, o folclore perde a autenticidade, deixando de ser criação popular, que se mantém pelos próprios meios, para se transformar em algo oficial;
2. Se mantido como atração turística, haveria a seleção de apenas alguns grupos, nem sempre os melhores, que passariam a ser uma espécie de figurinhas de presépio, fazendo o show pelo show, sem nenhuma preocupação com a sua identidade cultural, e condenados a permanecer dentro de seus papéis decorados de marcação teatral preestabelecida, porque qualquer alteração desagradaria os empresários;
3. Se apenas fotografado, filmado, gravado ou transcrito em livros (documentado, enfim) se tornaria peça de museu, material inerte, que seria colocado ao lado de osso de dinossauros – o que contraria a definição, que é coisa viva e não matéria morta que se pendura na parede;
4. Se viesse a concorrer com a indústria cultural, através de programas de rádio, televisão, teatro, disco, cinema ou livro, teria que se sujeitar aos ditames da moda para se impor no mercado- e seria tudo, menos folclore;
5. Seu aproveitamento para o teatro, a música e a coreografia moderna o desfigurariam totalmente, transformando-o numa caricatura conforme já se pode ver através de grupos para – folclóricos existentes aqui em Minas Gerais.

6. Finalmente, a solução mais coerente é deixar o folclore seguir a dinâmica que as relações sociais lhe imprime, pois como disse o lúcido Hermilo Borba Filho: "O povo é dono do espetáculo e pode transformar o folclore da maneira que quiser". A ingerência do Estado, que defendo, deve se limitar a não permitir que grupos e entidades atuem, interferindo direta ou indiretamente para condicionar ou direcionar os rumos dos fatos folclóricos.