

**FOLKCOMUNICAÇÃO E MÍDIA NA FESTA DO TROPEIRO EM
SILVEIRAS¹**

Daira Renata Martins Botelho²

Resumo

A Festa do Tropeiro da cidade de Silveiras é o ponto de partida para buscar compreender a relação da mídia com as manifestações populares que vimos pelo Brasil. A metodologia adotada é a observação exploratória e a pesquisa ação, complementada pela análise qualitativa de dois jornais impressos. A pesquisa bibliográfica permeia todo o processo através de teóricos do folclore (Câmara Cascudo, Edson Carneiro), da cultura (Néstor Garcia Canclini, Terry Eagleton), abordamos a comunicação informal por meio da Teoria da Folkcomunicação, proposta por Luiz Beltrão, bem como as teorias do jornalismo (Nelson Traquina, Felipe Pena).

Palavras-chave: Folkcomunicação. Mídia. Cultura.

Introdução

Em contramão ao movimento de globalização, tanto em relação às culturas, quanto à massificação dos meios de comunicação, encontramos as manifestações populares: tentativas de resgatar o passado e não deixar morrer tradições e histórias tão ricas como as que podemos encontrar em todas as regiões do Brasil e também ao redor do mundo.

A manifestação escolhida para ilustrar este estudo foi a Festa do Tropeiro de Silveiras que acontece, anualmente, nos meses de agosto no interior do Estado de São Paulo e que, desde a década de 80, busca retratar a vida do tropeiro, sua culinária, seus costumes, sua cultura.

O objeto de estudo em questão não se trata da festa em si, mas do processo comunicacional que a envolve; processo esse que pode ser informal ou midiático. Para tanto, o estudo envolverá as duas vertentes: buscar as referências informais que norteiam a festa, a transmissão de informações através do boca-a-boca e das relações interpessoais; verificar a participação da mídia na construção e/ou divulgação da manifestação.

¹ Texto original, como recebido pela coordenação do Interprogramas.

² Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista – Unesp de Bauru. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br

7º Interprogramas de Mestrado

Para verificar os dois aspectos, a metodologia evolui a observação exploratória e pesquisa ação – com o objetivo de verificar as formas de difusão interpessoais de transferência de informações – e a pesquisa qualitativa que envolve dois jornais impressos (O Vale e O Estado de S. Paulo) e a mídia regional como um todo para buscar indícios da participação da mídia na manifestação.

Durante todo o trabalho da pesquisa, abrimos mão da pesquisa bibliográfica para encontrar suporte teórico. Além dos teóricos de folclore (Câmara Cascudo, Edson Carneiro), da cultura (Néstor Garcia Canclini, Terry Eagleton, Renato Ortiz), abordamos a comunicação informal por meio da Teoria da Folkcomunicação, proposta por Luiz Beltrão e que trata da “comunicação dos marginalizados”, a comunicação que se dá fora da grande mídia. Também utilizamos as Teorias da Comunicação (Mauro Wolf, José Marques de Melo) e as Teorias do Jornalismo (Nelson Traquina, Felipe Pena) para enquadrar a pesquisa com a mídia da região.

Folkcomunicação

Na década de 60, enquanto, no Brasil, a população ainda acostumava-se à chegada da televisão e da disseminação dos meios de comunicação de massa já existentes, padronizados pelos modelos europeus e estadunidenses, o pernambucano Luiz Beltrão voltou seu olhar e suas pesquisas para outras formas de comunicar, de transmitir informações e de se dar a conhecer através do conhecido como “popular”.

Em seu ofício como jornalista no Diário de Pernambuco, Beltrão foi enviado para realizar coberturas jornalísticas nas comunidades rurais, afastadas do circuito das grandes mídias e que, à sua maneira, se comunicavam de forma eficaz. O autor então se perguntou:

Como se informavam as populações rudes e tardas do interior de nosso país continental? Por que meios, por quais veículos manifestavam seu pensamento, a sua opinião? Que espécie de jornalismo, que forma – ou formas – atenderia à sua necessidade vital de comunicação? (GUARALDO, 2005 *apud* BELTRÃO, 2001, p. 24)

7º Interprogramas de Mestrado

Ao perceber que a comunicação existente se dava de forma diferenciada, através dos métodos mais simples do ato de comunicar, como a oralidade, a escrita, as danças, a cultura popular, Beltrão iniciou seus estudos através dos ex-votos.

Hoje com mais de 40 anos desde sua criação, a teoria da Folkcomunicação tem sido relida e, também, aplicada a acontecimentos e fenômenos da modernidade. À teoria somaram-se conceitos trazidos por autores como Joseph Luyten (Folkmídia), Severino Lucena Filho (Folkmarketing), Osvaldo Trigueiro (Ativista Midiático), todos eles complementando a proposição de Beltrão e contribuindo para o crescimento e fortalecimento da Folkcomunicação enquanto teoria da comunicação.

Apesar de sua íntima ligação com o folclore³, a Folkcomunicação mostra-se abrangente, pois considera as manifestações populares em geral: não somente a tradição como as festas e folguedos, a literatura de cordel, mas também o moderno, como, por exemplo, os movimentos de resistência da atualidade. No entanto, o cerne de tais manifestações continua o mesmo da época de Beltrão: a comunicação realizada pelo popular, por aqueles que não dispõem de voz ativa perante a mídia.

José Marques de Melo evidencia o pensamento do criador da Folkcomunicação aliando a teoria ao fenômeno da globalização:

A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural. Mas sugere que qualquer inserção pro-ativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou microrregiões, potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. Vale dizer, ancorados em dimensão universalizante. Ou, em outras palavras, enraizados na cultura popular, mas traduzidos para a linguagem da cultura de massa.

Daí a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que pensou na era de McLuhan sobre as interações entre a aldeia local e a aldeia global. Ao construir um referencial teórico consistente, lançou pontes entre a *folk media* e a *mass media*. Ele reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo, ao mesmo tempo, que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de *feedback* dialético, contínuo, criativo. (MARQUES DE MELO, 2005, p. 55)

³ Beltrão utiliza os conceitos de Edson Carneiro sobre a “dinâmica do folclore” para explicar a atualização e ressignificação das manifestações populares, considerando-as manifestações não estáticas, que vão se transformando ao longo do tempo.

7º Interprogramas de Mestrado

No cenário em que Luiz Beltrão desenvolvia seus estudos folkcomunicacionais, os meios de comunicação de massa (MCM) eram determinados como dispositivos tecnológicos que possibilitavam o compartilhamento de informações para grandes audiências. Assim, não permitiam interações dialógicas no nível microsocial, exercendo influência social unilateral de alguns grupos sobre o conjunto da sociedade. A delimitação teórica não anulava, contudo, a existência de tais interações dialógicas. Elas se manifestavam no nível da oralidade e de outras formas de expressão cultural não-mediadas.

A mídia como fonte de informação

A sociedade atual encontra-se pautada pela mídia, buscando informação somente nos veículos de comunicação tradicionais e, muitas vezes, deixando de enxergar a comunicação que existe fora desse meio.

Temos vários telejornais, jornais impressos, rádios, tudo voltado para garantir o acesso à informação para a população. Apesar dessa avalanche de notícias, podemos notar uma grande concentração de atenção por parte da mídia em determinados casos que se arrastam por dias, até mesmo meses; não há aprofundamento, o que é justificado pela falta de tempo ou de espaço pelos veículos, que tentam condensar o maior número de matérias – por exemplo – possível.

Outra questão fundamental é o que é considerado relevante ou não pela mídia e como ela se pauta em favor de determinados acontecimentos e em detrimento de outros, o que pode ser facilmente constatado ao assistir os telejornais durante um dia – as notícias tendem a se repetir em praticamente todas as edições, desde a manhã, até a noite.

Para explicar a influência na vida da população, tomamos por base a hipótese de agenda-*setting*, muito bem explicada por Mauro Wolf⁴, e que tem como fundamento mostrar que grande parte da realidade social é estabelecida pela mídia. Os veículos de comunicação passariam a guiar a sociedade de acordo com as pautas pré-estabelecidas, que gerarão outras pautas e assim por diante.

⁴ Mauro Wolf trabalha as teorias da comunicação em seu livro de mesmo nome e que é amplamente utilizado, ainda, na atualidade.

7º Interprogramas de Mestrado

No entanto, partindo dessa constatação, podemos questionar se somente o que a mídia expõe como relevante é o que é, realmente, relevante para a sociedade. Da mesma forma, indagar se somente a mídia retrata a realidade social, mesmo dos grupos que não são contemplados pelos veículos, acima de tudo, pelos conteúdos das informações.

Além da conceituação de que mídia diz respeito apenas aos veículos tradicionais – entenda-se: televisão, jornal, revista, rádio, por exemplo – se mostra difícil um encaminhamento aos tipos alternativos de mídia. Em aula⁵ ministrada por Maria Cristina Gobbi⁶, a professora reforça a necessidade da quebra desse estereótipo, afirmando que devemos – os alunos – parar de associar mídia somente aos veículos tradicionais, pois, “uma faixa de rua, um muro pintado, tudo isso também é mídia” (GOBBI, 2010).

Andamento da pesquisa

O primeiro ano da pesquisa contou com extensa pesquisa bibliográfica sobre vertentes consideradas importantes para a pesquisa. Foram estudados teóricos da cultura, comunicação, mídia, folclore, folkcomunicação, para dar sustentação aos estudos e à pesquisa ação que seria feita posteriormente.

Também no ano de 2010 estivemos presente na festa para reconhecer o ambiente e colher as impressões do evento, bem como a recepção da cidade, dos festeiros e das pessoas que estiveram durante os dias da festa.

A presença constante nos congressos da área também foi de extrema importância para entrar em contato com outros pesquisadores e, conseqüentemente, outras teorias e formas de metodologias, que contribuíram muito para a concepção do problema, do objeto, etc.

Em 2011, continuamos com a pesquisa bibliográfica e demos início à pesquisa com os jornais impressos selecionados: O Estado de S. Paulo – que circula no Estado de São Paulo, e O Vale – de circulação na região do Vale do Paraíba. O período escolhido foi entre

⁵ Aula ministrada na disciplina de Metodologia da Pesquisa no Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, FAAC – Unesp Bauru; 1º semestre de 2010.

⁶ Prof. Dra. Maria Cristina Gobbi. Pesquisadora da comunicação na América Latina e autora do livro “A batalha pela hegemonia comunicacional na América Latina: 30 anos da ALAIC”.

7º Interprogramas de Mestrado

os meses de abril e setembro de 2011, a justificativa para a escolha desses meses se deu pela proximidade com o evento, já que a festa é realizada sempre no mês de agosto.

Pelos resultados parciais da análise com os jornais, pudemos perceber que a mídia não “agenda” a cultura popular frequentemente, além de que, nos cadernos de cultura, dificilmente encontramos manifestações populares, o que nos leva a questionar o que é considerado cultura.

Antônio Augusto Arantes nos traz uma colocação interessante acerca do comportamento da sociedade perante a cultura popular:

Muita gente torce o nariz, levanta as sobrancelhas ou movimentam-se com impaciência quando ouve o enunciado “cultura popular”. Isto se deve a, pelo menos, dois motivos. Em primeiro lugar, ao fato dessa noção ter servido a interesses políticos populistas e paternalistas, tanto de direita como de esquerda; em segundo, ao fato de que nada de claramente discernível e demarcável no concreto parece corresponder aos múltiplos significados que ela tem assumido até agora. (ARANTES, 1990, p. 8-9)

Pensamento esse, que recebe uma tentativa de explicação histórica pelas palavras de Terry Eagleton:

A cultura, por certo, ainda tinha seu lugar, mas à medida que a Idade Moderna se desenvolvia esse lugar era ou de oposição ou de complementação. Ou a cultura se tornava uma forma um tanto inefetiva de crítica política, ou era a área protegida para dentro da qual se podia escoar todas aquelas energias potencialmente destrutivas, espirituais, artísticas ou eróticas, das quais a modernidade podia cuidar cada vez menos. Essa área, como a maioria dos espaços oficialmente sagrados, era ao mesmo tempo venerada e ignorada, centralizada e marginalizada. (EAGLETON, 2005, p. 49)

Esse aspecto de inferioridade da cultura popular pode ser facilmente percebido no manuseio dos jornais pesquisados, já que as manifestações populares só entram na agenda em virtude do calendário festivo, como as festas juninas, por exemplo. No entanto, ainda nos restam alguns exemplares a serem examinados.

No mês de agosto partimos para a pesquisa ação, de imersão. No segundo ano consecutivo em visita à Festa de Silveiras, realizamos a pesquisa com os frequentadores do evento. O questionamento foi composto de apenas duas perguntas com o objetivo de conhecer a origem daquelas pessoas e verificar a forma pela qual os visitantes ficaram

7º Interprogramas de Mestrado

sabendo da festa; para tanto, selecionamos uma amostra aleatória de 100 pessoas que foram entrevistadas no último dia da festa – 28 de agosto de 2011.

Abaixo segue a lista de cidades representadas na amostra:

Queluz	Caçapava
Itatiaia	Guaratinguetá
Tremembé	Cruzeiro
Cachoeira Paulista	Aparecida
Lorena	Roseira
Piquete	Lavrinhas
Bananal	Canas
Taubaté	Areias
Silveiras	Cunha
Pindamonhangaba	

No entanto, durante a realização do Desfile das Tropas⁷, foram anunciadas comitivas das cidades de Itamonte, Resende, Engenheiros Passos e Monteiro Lobato. Os dados oficiais segundo a Polícia Militar da cidade de Silveiras, já foram solicitados, mas ainda não recebemos.

Para verificar as formas pelas quais os presentes ficaram sabendo do evento, não indicamos nenhum veículo em específico, a questão ficou aberta para verificarmos as possibilidades levantadas pelas pessoas.

Para nossa surpresa, as respostas encontradas nos levaram à inicial confirmação da hipótese que lançamos para a pesquisa: a de que a festa se tratava de um evento puramente folkcomunicação, já que a sua “propaganda” se faz pelo boca-a-boca entre amigos, parentes, vizinhos, etc.

⁷ Desfile realizado por comitivas da região, composto por bois, cavalos, mulas, charretes, búfalos, e que tem como objetivo, homenagear as tropas que realizavam o comércio entre as cidades, sendo que a cidade de Silveiras nasceu de um dos ranchos de descanso dessas tropas.

7º Interprogramas de Mestrado

As respostas encontradas foram:

Internet – 1 pessoa

Rádio – 10 pessoas

TV – 3 pessoas

Amigos – 12 pessoas

Parentes – 15 pessoas

Excursão – 8 pessoas

Mudou-se para a cidade – 1 pessoa

Vizinha – 1 pessoa

A trabalho – 3 pessoas

Mora na cidade – 3 pessoas

Mora perto – 2 pessoas

Cartaz da festa – 3 pessoas

Considera tradição – 3 pessoas

Comparece todo ano – 35 pessoas

De acordo com os dados acima, podemos perceber que, para muitos, a festa já é uma tradição, não sendo necessária a intervenção da mídia para se programarem para o evento, como disse uma entrevistada: “todos os anos tem a festa, nós já sabemos mais ou menos a época, então a gente se programa e vem”⁸.

Impasse

A hipótese para o problema adotada desde o início da pesquisa foi a de que a Festa do Tropeiro que acontece anualmente na cidade de Silveiras, desde a década de 80, era uma manifestação originalmente folkcomunicação, ou seja, que acontecia sem a ajuda ou promoção da mídia. Hipótese reforçada pelas pesquisas mencionadas acima com os jornais e com as entrevistas realizadas no dia da festa.

Entretanto, ao longo do processo da pesquisa, deparamo-nos com um impasse que contrariou a hipótese lançada inicialmente para o problema de pesquisa: em um evento que aconteceu na cidade de São José dos Campos – interior de São Paulo, o XI Congresso Nacional de Folclore⁹, encontramos o professor da Universidade de Taubaté – Unitau, Luciano Valentini que nos contou sobre a história da festa, desde seus primeiros anos, pois seu padrinho, Otacílio Ferraz, foi testemunha ocular de todo o processo de construção e manutenção da festa desde seu início.

⁸ Palavras de uma entrevistada pertencente à amostra das 100 pessoas que compõem o estudo.

⁹ Congresso que aconteceu entre os dias 11 e 15 de julho de 2011.

7º Interprogramas de Mestrado

A pesquisa então tomou outros rumos, com o objetivo de verificar a procedência de tal afirmação e ir ao encontro das pessoas e veículos que pudessem nos elucidar sobre o novo problema em questão.

Próximos passos

Para elucidar as dúvidas que surgiram ao longo do processo, a meta a seguir será ir de encontro às origens da festa, através de pessoas que estiveram no evento desde o começo ou que foram testemunhas do seu percurso para encontrar respostas sobre a relação da festa com a mídia.

O contato com o jornal presente na região, o Valeparaibano – hoje denominado O Vale, já foi feito e iremos até a redação assim que possível para ter contato com os jornais da época, conversar com os responsáveis e, possivelmente, sanar as dúvidas que encontramos ao longo do caminho.

Considerações parciais

Acreditamos que a Festa de Silveiras teve dois momentos importantes em sua trajetória: seu surgimento aliado à mídia da época que, segundo Luciano Velentini, teve papel importante, senão crucial, para que a festa fosse consolidada, através da criação – midiática, por parte dos jornalistas –, de um ambiente buólico e simples, remetendo à vida do campo.

Por outro lado, em pesquisa realizada em 10 anos de matérias veiculadas pelo jornal Valeparaibano disponíveis em acervo on line, verificamos que do ano de 1998 a 2008, a imprensa não deu tanta atenção assim à Festa de Silveiras, pois contou apenas com agenda, poucas matérias que não possuíam grande profundidade sobre o tema.

A questão que nos inquieta é: o que houve para a imprensa se desinteressar pelo tema?

Uma resposta considerável seria que, historicamente, contamos com uma grande mudança nas bases da festa, que passou a ser gerida pela Prefeitura de Silveiras, ao invés de

7º Interprogramas de Mestrado

ser realizada pelo grupo de amigos que deu início ao projeto em prol da construção da Santa Casa da cidade e para relembrar as atividades tropeiras que deram origem à Silveiras. Por conta desse fato, muitos dos que começaram a festa, fizeram questão de abandoná-la por não concordarem com as mudanças que a prefeitura fez no evento.

Outras duas questões que permeiam as pesquisas são:

- Como a festa se mantém sozinha, já que a mídia não se faz tão presente, segundo pesquisa realizada entre 1998 e 2008? Podemos considerar que é a Folkcomunicação que mantém viva tal tradição?
- Se considerarmos que a Folkcomunicação faz com que a festa se mantenha, por qual motivo a festa não surgiu sozinha, contrariando as palavras de Luciano Valentini sobre a grande influência da mídia em seu início?

O objetivo desta pesquisa é responder às questões acima, sendo que ainda estamos em processo de produção e em busca de subsídios que nos levem ao esclarecimento de tais dúvidas. Dúvidas essas que irão compor o cerne da dissertação e ajudarão a esclarecer a relação da mídia com as manifestações populares, tomando como base a Festa do Tropeiro da cidade de Silveiras.

Referências

- ARANTES, Antônio Augusto. O que é cultura Popular? São Paulo: Brasiliense, 1990.
- BARBERO, Jesús Martín. Dos meios às mediações – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- _____. Comunicação e Folclore: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- _____. Folkcomunicação: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.
- BREGUEZ, Sebastião (org.). Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada. Belo Horizonte: INTERCOM, 2004.
- CASCUDO, Luis da Câmara. Antologia do Folclore Brasileiro. São Paulo: Martins Editora, 1971.
- CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

7º Interprogramas de Mestrado

EAGLETON, Terry. La Idea de Cultura – Uma mirada política sobre los conflictos culturales. Tradução de Ramón José Del Castillo. Buenos Aires: Barcelona y Editorial Paidós, 2001.

MAIA, Tom e Tereza Regina de Camargo. O Folclore das Tropas, Tropeiros e Cargueiros no Vale do Paraíba. Rio de Janeiro: MEC-SEC: FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore; São Paulo: Secretaria do Estado da Cultura: Universidade de Taubaté, 1981.

MELO, José Marques de. A esfinge midiática. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. (org.). Mídia e folclore – O estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). De Belém a Bagé – Imagens midiáticas do natal brasileiro. São Bernardo do Campo: Umesp, 1998.

PAIVA, Raquel e BARBALHO, Alexandre (orgs.). Comunicação e Cultura das Minorias. São Paulo: Paulus. 2005.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2010.

RABELO, José. O Discurso do Jornal – O como e o porquê. Lisboa: Editorial Notícias, 2000.

SERVA, Leão. Jornalismo e Desinformação. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

SCHIMIDT, Cristina (org.). Folkcomunicação na Arena Global. São Paulo: Editora Ductor, 2006.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 3º Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Teses

GUARALDO, Tamara de Souza Brandão. Comunicação, Cultura e Mídia: o mito do Unhudo da Pedra Branca. Dissertação de Mestrado. Unesp – Bauru, 2005.

POSTALI, Thifani. Práticas Culturais Urbanas: Estudo sobre o Blues e o Hip Hop como Comunicações Específicas de grupo. Dissertação de Mestrado. Universidade de Sorocaba – UNISO, 2010.

RIBEIRO, Luana Manzione. A Festa e o Movimento Tropeirista em Silveiras: A Cidade Esquecida, a Cidade Relembrada. Dissertação de Mestrado. PUC/SP, 2005.