

A construção da Cultura Popular no jornal impresso diário¹

Andréa Karinne Albuquerque MAIA²

Resumo

Na comunicação de massa, o jornalismo cultural constitui um espaço destinado à cobertura da cultura em suas diversas manifestações, sendo um dos vetores para a divulgação da cultura popular no cotidiano. Assim, este artigo visa identificar a representatividade da cultura popular, por meio de elementos desta manifestação encontrados no jornal impresso diário. O recorte da investigação compreende as edições do Caderno 2, do jornal Correio da Paraíba, publicadas de 1º a 30 de abril de 2012. Como fundamentação teórica, buscou-se discutir conceitos como noticiabilidade e agendamento, enfatizando aspectos das relações entre a cultura de massa e a cultura popular. Nesse sentido, utilizando-se como metodologia a Análise de Conteúdo e a Taxionomia Folkcomunicacional (MELO, 2008), lança-se um olhar sobre a representatividade da cultura popular no cotidiano midiático, em meio às possibilidades de pautas definidas pelo jornalismo cultural.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Cultura popular. Folkcomunicação. Análise de conteúdo. Taxionomia.

Introdução

O jornalismo assume um importante papel na construção de conceitos no cotidiano, o jornal Correio da Paraíba, por meio do Caderno 2 apresenta diariamente a dinâmica relação entre a cultura de massa e a cultura popular, que estão em constante interação.

Por se tratar de um veículo de comunicação de massa localizado em João Pessoa, capital de um Estado nordestino, parte-se do pressuposto de que o jornal Correio da Paraíba veicula elementos da cultura popular no espaço destinado à cobertura das manifestações culturais e artísticas. Assim, a presente investigação visa identificar a representatividade da cultura popular no Caderno 2.

¹ Artigo apresentado originalmente na XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação - Folkcom, realizada em Campina Grande-PB, no período de 06 a 08 de junho de 2012.

² Mestranda de Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo (GRUPECJ-UFPB). E-mail: andreakarinne@gmail.com

Nesse sentido, a relevância desta análise se apresenta por possibilitar a abordagem de temas que, na maioria das vezes, não ocupam espaço privilegiado na agenda de discussão teórica do campo de estudo da Comunicação, a saber: Folkcomunicação, Cultura Popular, Jornalismo Cultural e o Jornal Impresso, disciplinas que mantém uma íntima relação de interdependência entre si, e que muitas vezes, têm ficado em segundo plano, em detrimento das pesquisas voltadas para os fenômenos informacionais que ocorrem no âmbito da Internet.

Além disso, a relevância desse estudo reside na possibilidade de revelar, por meio de um recorte específico e atual, como se comportam os elementos da cultura popular no contexto do jornalismo impresso paraibano, contribuindo para a construção de um panorama preliminar, mas nem por isso menos importante, das características folkmediáticas inscritas na cultura de massa paraibana.

Apesar das contradições, é inegável a importância do jornalismo cultural como disseminador e mantenedor dos substratos culturais. Os jornalistas culturais não são os únicos responsáveis pela aparente falta de aprofundamento dos assuntos abordados e, especialmente pelos temas que não são contemplados. Sobretudo, pelo fato desses profissionais viverem sob o constrangimento de uma estrutura que privilegia a homogeneização dos eventos culturais e do agendamento previsível da mídia, algo que está relacionado a fatores históricos, políticos, sociais, e principalmente, econômicos, portanto o assunto merece um exame mais detalhado.

A importância dessa pesquisa reside também no fato de possibilitar compreender como uma cultura considerada “marginal” se mantém presente no cotidiano por várias gerações. Mesmo que, muitas vezes não seja “construída” adequadamente por grande parte da mídia tradicional, a cultura popular vem sendo ressignificada e retroalimentada constantemente.

O aporte teórico - metodológico utilizado para identificação dos elementos da cultura popular nas matérias do Caderno 2, veiculadas durante o mês de abril do corrente, fundamenta-se na *Taxionomia* proposta por José Marque de Melo (2008, p.89-95), baseada nos *gêneros, formatos e tipos folkcomunicacionais*. Outro recurso metodológico utilizado no estudo refere-se à *Análise de conteúdo*, que contribuiu para conhecer de maneira quantitativa a representatividade da cultura popular no âmbito da editoria de Cultura do jornal *Correio da Paraíba*.

1 Comunicação e Cultura

Ao longo da história, os estudos que visaram compreender a complexidade que perpassa as relações no interior de determinadas sociedades, obtiveram êxito, na medida em que, a comunicação e a cultura foram analisadas de forma interdependentes. Pois, a separação entre as duas disciplinas nega a importância e natureza de ambas para o desenvolvimento da dinâmica social.

Como fruto das discussões realizadas na Conferência Mundial de Políticas Culturais, promovida pela UNESCO estabeleceu-se a *Declaração do México*, que carrega em sua redação um conceito de cultura amplo e de que grande relevância para o estudo em análise.

Em seu sentido mais amplo, a cultura pode, hoje, ser considerada como o conjunto de traços distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Ela engloba, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. (UNESCO, 1985, p.1)

A cultura é algo que faz parte da vida cotidiana, reforçando as identidades e práticas sociais dos sujeitos, sobretudo dentro dos grupos que compartilham das mesmas preferências e afinidades.

1.1 Folkcomunicação e Folkmídia

A relação entre cultura popular e a comunicação de massa é de extrema importância para o alcance dos objetivos metodológicos proposto nesse estudo. Nessa perspectiva, a Folkcomunicação se apresenta como disciplina capaz de esclarecer os resultados constatados na análise do material empírico.

Luiz Beltrão (2001, p.73) cunhou o termo Folkcomunicação, definindo-o como sendo “o processo de intercâmbio de mensagens através de agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore e, entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de mudança social”.

A Folkcomunicação é responsável pela mediação entre a cultura de massa e a cultura popular, isso porque o objeto de estudo desta disciplina localiza-se na fronteira entre Folclore

e Comunicação de Massa. Além disso, os processos folkcomunicação desempenham um papel contracultural de questionamento ao *status quo* estabelecido, em favor das classes desfavorecidas.

Partindo do objetivo proposto neste artigo, que se refere à identificação de elementos da cultura popular num veículo de comunicação de massa, é possível aproximar-se do que Luyten (2002, apud D'ALMEIDA, 2006, p.84) define como *folk mídia*. “O campo do estudo da comunicação que se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular na mídia de massa e analisar a maneira como são utilizados”.

Considerando a interação simbólica existente entre a comunicação de massa e a comunicação popular, a comunicação se reestrutura conforme a prática, o desejo e o pensamento dos participantes da cultura popular. E como, esta se realiza no interior da sociedade, não deixa de incorporar signos da cultura de massa, a partir da sua tradução e adequação à prática, ao desejo e ao pensamento já interiorizados. (LUYTEN, 2002 apud D'ALMEIDA, 2006).

1.2 Jornalismo Cultural

O jornalismo é uma atividade de natureza industrial, fato que permite entender que sua relação com o público perpassa por questões relacionadas ao contrato de comunicação midiática. No qual, são estabelecidas questões que influenciam como a mídia aborda elementos da cultura popular.

A finalidade do contrato de comunicação midiática se acha numa tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma delas, a uma lógica particular: uma visada de *fazer saber*, ou de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão; uma visada de *fazer sentir*, ou visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. (CHARAUDEAU, 2007, p.86)

Nessa mesma perspectiva, a veiculação de pautas relacionadas à cultura popular, seguem os critérios de noticiabilidade, estabelecidos a partir do valor de notícia conferido a cada assunto, bem como, aos interesses de agendamento midiático. Além disso, a presença de elementos da cultura popular está relacionada a fatores culturais, sociais, políticos e econômicos.

O jornalismo cultural é o espaço discursivo da mídia que favorece a abordagem de temas relacionados à cultura. Com a missão de informar e opinar sobre a produção e a circulação de bens culturais na sociedade, complementarmente, o jornalismo cultural pode servir como veículo para que parte desta produção chegue ao público. (GOMES, 2009, p.8)

Os primeiros impressos que indicam a cobertura das obras culturais datam de 1665 e 1684 e são representados pelos jornais *The Transactions of the Royal Society of London* e *News of Republic of Letters*. Ambos faziam cobertura das obras literárias e artísticas, além de relatarem as novidades sociais. (BRIGGS; BURKE, 2004).

Apesar desse dado, alguns teóricos que abordam o tema, creditam o início do jornalismo cultural ao surgimento da revista *The Spectator*, como aponta Piza (2008, p.11) “[...] uma data inicial, é 1711. Foi nesse ano que dois ensaístas ingleses, Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1719), fundaram uma revista diária chamada *The Spectator*.” O veículo tinha como objetivo “tirar a filosofia dos meios acadêmicos e levar para os clubes, assembleias, casas de chá e cafés”, abordando assuntos variados como livros, óperas, costumes, festivais de música, de teatro e política. (PIZA, 2008, p.12).

A revista *New Yorker* foi estrela nas décadas de 1940 e 1950 e se tornou referência entre os jornalistas, tendo revelado entre os críticos mordazes: Pauline Kael na área de cinema, Lewis Mumford falando sobre arquitetura, e Arlene Croce escrevendo sobre dança. (MAGALHÃES, 2008).

No Brasil, o *Correio Braziliense* (1808) e a revista *As variedades* (1822), ambas editadas em Londres por Hipólito José da Costa, constituem os primeiros veículos destinados à cobertura cultural do País. Mas, o jornalismo cultural se consolida com Machado de Assis (1839-1908) e José Veríssimo (1857-1916). Além de grandes nomes da literatura, da política e da filosofia, como Oswald de Andrade e Mário de Andrade. Ganhando expressão máxima em 1928, com a criação da revista “*O Cruzeiro*”, que teve como colaboradores: José Lins do Rego, Vinícius de Moraes, Manuel Bandeira, Rachel de Queiroz e Mário de Andrade, e era ilustrada por Di Cavalcanti e Anita Malfatti. (PIZA, 2008)

Em 1950, os jornais impressos brasileiros criaram o caderno de cultura como seção obrigatória em suas edições diárias ou semanais. O primeiro foi o *Jornal do Brasil* em 1956, com o Caderno B, editado por Reynaldo Jardim “se tornou o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro” (PIZA, 2004, p. 37).

Durante as décadas de 1980/1990, os jornais a *Folha de S. Paulo* e o *Estado de São Paulo* ganham fôlego, em virtude do espírito democrático proporcionado pela abertura política, criando respectivamente, os cadernos Ilustrada e o Caderno 2.

Para Piza (2004) na década de 90 houve uma reconfiguração no cenário cultural, com a adesão da mídia, que deixou de investir em espaços consagrados a avaliação de conteúdos culturais, passando a privilegiar assuntos com mais força no mercado, como: *design*, moda, gastronomia em detrimento da chamada “*sétima arte*” (literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema).

1.3 Caderno 2: o espaço da cultura no jornal Correio da Paraíba

O jornal Correio da Paraíba foi fundado em 05/08/1953 por Teotônio Neto, inicialmente com uma periodicidade semanal, mas devido ao grande sucesso tornou-se diária, sua principal característica era a cobertura de assuntos políticos. Segundo Araújo (1986) na década de 70 o veículo dedicou um espaço às artes com a publicação de folhetins de escritores paraibanos.

Quanto ao aspecto da abrangência, o jornal Correio da Paraíba é o veículo impresso de maior circulação³ do Estado, nele as matérias sobre as manifestações artísticas e culturais são publicadas no Caderno 2.

O *corpus* utilizado neste artigo engloba as matérias do Caderno 2 que apresentam elementos da cultura popular, excluindo desse universo as colunas sociais e as matérias de agências. O objetivo é estudar apenas o que é produzido pelos jornalistas culturais do jornal Correio da Paraíba.

2 Metodologia

O presente estudo visa identificar a representatividade da cultura popular no Caderno 2 do jornal Correio da Paraíba, por meio da presença dos elementos desta cultura nas matérias e notas produzidas exclusivamente pelos repórteres desse periódico. Portanto, não são consideradas as matérias de agências de notícias, colunas sociais e colunas de opinião, por

³ Informação divulgada pelo próprio veículo em seu material publicitário e institucional.

entender que tais espaços, não obedecem a mesma lógica de produção do restante do Caderno 2, devido ao contexto e a relação de autonomia diferenciada.

O procedimento metodológico adotado para estudar o Caderno 2 foi a Análise de Conteúdo, que contribui sobremaneira para chegar-se a uma aproximação da representatividade da cultura popular na editoria em estudo. A análise conteúdo pode ser definida como sendo

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens. (BARDIN, 1979, p. 42)

A pesquisa teve como aporte teórico a Folkcomunicação, para analisar o *corpus* buscou-se embasamento teórico-metodológico na *Taxionomia* proposta por José Marques de Melo (2008, p.94-98), visando identificar os *gêneros, formatos e tipos* dos elementos *folks* presentes no Caderno 2.

A pesquisa bibliográfica foi imprescindível para uma melhor compreensão da literatura relacionada ao tema em análise, processo que se deu na forma de livros, revistas, publicações avulsas e Internet.

2.1 Procedimentos teórico-metodológicos

O primeiro passo metodológico adotado se deu através da utilização da *Análise de conteúdo*, que sofreu algumas adaptações visando à adequação ao objeto de estudo. Assim, nas 30 edições do Caderno 2, foram definidos três formatos de matérias, de acordo com o grau de importância, tomando como referência o tamanho e a localização na editoria, a saber: *matéria de capa, matéria interna e nota*. Cada um desses formatos foi subdividido em duas categorias: *conteúdo principal e conteúdo secundário*, a partir da abordagem conferida aos elementos da cultura popular definida no texto.

Em seguida, os elementos da cultura popular identificados nas matérias foram classificados, a partir dos *gêneros, formatos e tipos* da *Taxionomia* preconizada por José Marques de Melo (2008, p. 89-95).

2.2 Material empírico

A presente investigação partiu da leitura das matérias publicadas no Caderno 2 do Jornal Correio da Paraíba durante os 30 dias do mês de abril de 2012. O recorte proposto corresponde às matérias e notas produzidas pelos repórteres da editoria de cultura do veículo. Assim sendo, não é objeto dessa análise os seguintes tipos de conteúdo presente no Caderno 2: matérias de agências, colunas sociais e de opinião, programação da TV e agenda cultural.

3 Descrição e análise dos resultados

Num exame preliminar das 30 edições do Caderno 2 do jornal Correio da Paraíba publicadas durante o mês de abril de 2012, identificou-se que 23 delas fazem alguma referência aos elementos da cultura popular, enquanto que sete não abordam nenhum aspecto relacionado à cultura popular, como ilustra o Gráfico 3.1:

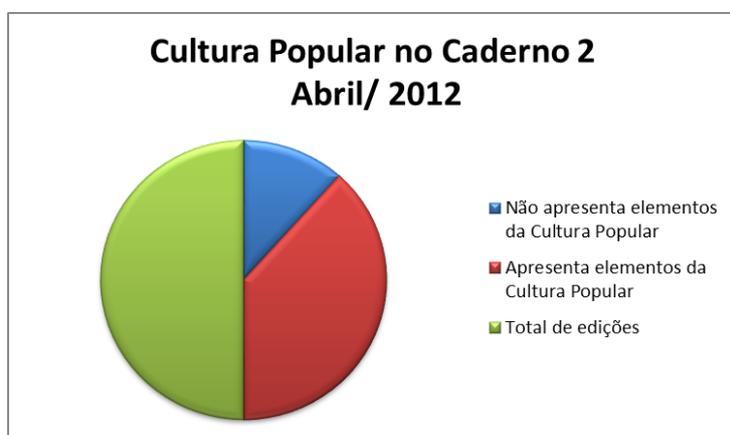


Gráfico 3.1 - Total de edições do Caderno 2.

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Mesmo sabendo que a análise de um caderno de cultura produzido numa capital nordestina, região na qual a presença da cultura popular é muito forte. Os dados supracitados são de natureza generalista, proporcionando apenas uma visão geral do universo investigado. Nesse sentido, procedeu-se uma avaliação mais aprofundada visando compreender de que maneira a cultura popular é representada no Caderno 2.

3.1 Matérias de capa

Nas 30 matérias de capa do Caderno 2, 21 não fazem qualquer referência à cultura popular, sete matérias apresentam elementos da cultura popular como conteúdo *secundário*, enquanto que, em duas matérias os elementos da cultura popular são tratados como conteúdo *principal*, como mostra o Gráfico 3.2.



Gráfico 3.2 - Matérias de Capa do Caderno 2.

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

A Tabela 1 apresenta a descrição dos títulos das matérias que possuem elementos da cultura popular, que estão figuradas na capa do Caderno 2, bem como, de que maneira o conteúdo relacionado à cultura popular é abordado e os repórteres responsáveis pelos respectivos textos.

Tabela 1: Matérias de capa do Caderno 2 que apresentam elementos da Cultura Popular

Título/subtítulo	Conteúdo	Autor	Dia
Mestre retratado/ O escritor André Diniz fala sobre a nova fotobiografia de Pixinguinha, um dos maiores nomes da história da música	Principal	Kubitscheck Pinheiro	04
Alma caipira/ Mazzaropi, que faria 100 anos amanhã, foi um dos maiores campeões de bilheteria do cinema brasileiro com seu eterno Jeca	Principal	Astier Basílio	08
À frente e atrás da cortina/ Ator e diretor de teatro, Enrique Diaz relembra 'Auto da Compadecida' e fala da Cia. dos Atores	Secundário	Astier Basílio	03
Selva adentro/ A trajetória dos irmãos Villas-Boas	Secundário	Renato Félix	06

é recontada em ‘Xingu’, filme de Cao Hamburger que estreia hoje			
A poesia de SOLHA/ Após oito anos, o romancista lança ‘Marco do Mundo’, seu segundo livro de poemas	Secundário	Astier Basílio	10
Música Escrita/ Concerto do grupo Sonantis lança hoje, em JP, site do SESC de partituras de músicos brasileiros	Secundário	Astier Basílio	14
Indo onde o povo está/ Arthur Moreira Lima realiza hoje em João Pessoa concerto gratuito de seu projeto Um Piano pela Estrada – que já rodou mais de 200 mil quilômetros pelo Brasil	Secundário	Renato Félix	19
MUITO ARRETADO/Em Recife, Paul McCartney mostra que não é por acaso que é o maior nome vivo da música popular	Secundário	Renato Félix	24
50 vezes Bethânia/ Oásis de Bethânia’ é o 50º disco da cantora baiana, um registro minimalista por excelência	Secundário	Kubitscheck Pinheiro	25

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Conforme apresentada na Tabela 1, a cultura popular figura na capa do Caderno 2, espaço mais privilegiado da editoria, em apenas nove edições durante o mês de abril de 2012. Das quais, apenas duas matérias abordam a cultura popular como pauta *principal*.

Diante disso, acredita-se que há muito para ser conquistado por parte desse tipo de cultura na mídia, sobretudo, em virtude do Caderno 2 está localizado num Estado Nordeste, campo fértil para o florescimento da cultura popular. Ao mesmo tempo em que, é o único espaço especializado do jornal para realizar a cobertura das manifestações artísticas e culturais. Obviamente, não se pode esquecer o contexto de hibridização da cultura vivenciado em tempos de globalização, no qual a noção de fronteira entre o local/ global perde o sentido estabelecido anteriormente.

Nesse sentido, vale ressaltar que a disputa por um espaço que é jornalístico, mas tem um peso comercial, faz o trabalho em cadernos de cultura ter como característica a dialética entre o discurso sobre arte/espetáculos/questões contemporâneas e o capital ou entre valor de uso e valor de troca. (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2004, apud LOPEZ e FREIRE, 2007, p.2).

Seguindo a proposta metodológica adotada, após identificar os elementos da cultura popular nas matérias de capa do Caderno 2, parte-se para descrição dos *gêneros, formatos e tipos folkcomunicacionais* (MELO, 2008), presentes no mesmo grupo de matérias, incluindo as categorias *principal e secundária*. A Tabela 2 apresenta os resultados encontrados.

Tabela 2: *Gêneros folkcomunicacionais* presentes nas matérias de Capa do Caderno 2

Gênero	Formato	Tipo
Folkcomunicação Oral	Música	Armorial ⁴ , Choro, Baião
	Colóquio	Conversa fiada
	Tagarelice	Gíria
	Zombaria	Anedota
Folkcomunicação Visual	Impresso	Literatura de cordel
Folkcomunicação Icônica	Devocional	Imagem de Santo
	Decorativo	Adornos pessoais
	Bélico	Armas
Folkcomunicação Cinética	Celebração	Umbanda
	Distração	Circo mambembe
	Manifestação	Marcha

Fonte: A partir de MELO (2008, p. 89-95).

3.2 Matérias Internas

No que se refere às matérias internas, identificou-se um total de 86 unidades publicadas no Caderno 2 durante o mês de abril. Das quais, 69 não abordam em seu conteúdo elementos da cultura popular, enquanto que 17 narram sobre o tema, das quais, 13 matérias tratam a cultura popular como conteúdo *principal* e, quatro versam sobre o tema como conteúdo *secundário*. Como ilustra o Gráfico 3.3

⁴ Como não identificou-se na Taxionomia proposta por José Marques de Melo (2008) o *tipo* capaz de classificar a música *Armorial*, a partir do *gênero Folkcomunicação oral* e *formato música*, buscou-se respaldo em Benjamim (2003, p.2) para classificá-lo como elemento da cultura popular. Para o autor “o Movimento Armorial, proposto por Ariano Suassuna, tem em vista a criação de uma arte erudita baseada nas manifestações da cultura popular”.



Gráfico 3.3 - Matérias Internas do Caderno 2.

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Conforme apresentado no Gráfico 4.3, a cultura popular ocupa um espaço bastante reduzido no âmbito das matérias internas do Caderno 2, fato que se deve, em parte, à flexibilidade inerente a este espaço da editoria. Pois possibilita, a produção de matérias referentes a uma grande variedade de temas que fazem parte das expressões artísticas e culturais, e por conferir uma importância espacial de caráter mediano.

A Tabela 3 descreve os títulos das matérias publicadas no interior do Caderno 2, nas quais aparecem elementos da cultura popular, com seus respectivos autores, dia de publicação do mês de abril de 2012 e categoria que pertence quanto ao conteúdo.

Tabela 3: Matérias internas do Caderno 2 que apresenta elementos da Cultura Popular

Subtítulo/ Título/	Conteúdo	Autor	Dia
Memória/ A majestade da malandragem carioca	Principal	Antônio Vicente Filho	02
Luiz Gonzaga e Jackson do Pandeiro/ Uma rivalidade amistosa'	Principal	Antônio Vicente Filho	03
Memória/ "Crias" de Chico Anysio estão bem vivas	Principal	Antônio Vicente Filho	06
"Cantos e Contos" / Jorge de Altinho é atração no show de amanhã	Principal	Ricardo Anísio	11
A Páscoa que ainda não terminou/ A Galeria Gamela inaugura hoje uma exposição coletiva enfocando a data	Principal	Antônio Vicente Filho	12
Shakespeare nordestino/ Versão de "Romeu e Julieta" será apresentada hoje em Marizópolis	Principal	Astier Basílio	12

Época difícil/ O Baião Por baixo/ Nos anos de 1960, Luiz Gonzaga sofreu com os novos ritmos	Principal	Antônio Vicente Filho	14
Poeta Furribo lança livro de cantorias	Principal	Antônio Vicente Filho	17
Oliveira representa o Nordeste na Colômbia	Principal	Antônio Vicente Filho	19
Luiz Gonzaga/ Falcão fez o alerta/ Futuro Ministro Geisel sugeriu o Baião ao rei do gênero	Principal	Antônio Vicente Filho	22
Mostra Curumim/ Zé Lins para Criança	Principal	Astier Basílio	22
Beto Brito concorre a prêmio	Principal	Antônio Vicente Filho	27
Patrimônio/ Paineis serão preservados/ Boato que levou a mobilização pela proteção de obra de 42 anos de Flávio Tavares	Principal	Amanda Carvalho	28
Orquestra recebe solista americano/ Richard Yong é convidado no concerto desta noite em João Pessoa	Secundário	Astier Basílio	19
Forró anima Ponto de Cem réis	Secundário	Antônio Vicente Filho	20
Sesc começa hoje mostra infantil em CG	Secundário	Astier Basílio	21
Teatro infantil “Grão de areia” é atração em Campina	Secundário	Astier Basílio	23

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Mesmo que, dentro do universo de 86 matérias, apenas 17 serem sobre cultura popular. Chama à atenção o fato da grande maioria dos textos que abordam este tipo cultura, tratá-la como conteúdo *principal*. Neste caso em especial, nota-se a massiva participação do repórter Antônio Vicente Filho, que é autor de 10 das 17 matérias que envolvem o tema em análise. Sendo conhecido como um grande defensor da cultura popular, sua afinidade com esta causa se manifesta através do seu trabalho diário.

Tabela 4: *Gêneros folkcomunicaçãois* presentes nas matérias internas do Caderno 2

Gênero	Formato	Tipo
Folkcomunicação Oral	Música	Samba de breque
		Baião
	Colóquio	Conversa fiada
	Tagarelice	Bordão
	Rumor	Boato
	Verso	Cantoria
	Prosa	Conto de fadas
	Canto	Aboio, embolada
Zombaria	Anedota	

Folkcomunicação Visual	Impresso	Literatura de cordel
Folkcomunicação Icônica	Devocional	Imagem de Santo
	Decorativo	Adornos pessoais
	Diversional	Brinquedo artesanal
Folkcomunicação Cinética	Festejo	Forró
	Distração	Mamulengo
	Folgueto	Reisado, maracatu,
	Dança	Coco- de- roda

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012

3.3 Notas

Durante o mês de abril, o Caderno 2 do jornal Correio da Paraíba apresentou 36 notas, das quais, 30 não apresentaram em seu conteúdo elementos da cultura popular, enquanto que 4 notas abordaram a cultura popular como pauta *principal* e, deste total, há duas notas na qual a cultura popular é um conteúdo *secundário*. Conforme mostra o Gráfico 3.4.



Gráfico 3.4 – Notas do Caderno 2.

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Diante do exposto no Gráfico 3.4, nota-se que a representatividade da cultura popular nas notas do Caderno 2 é muito pequena acredita-se que, esse fato se justifique por ser um espaço destinado essencialmente à divulgação de eventos artísticos e culturais. E que, não há muito interesse mercadológico da mídia em promover a cultura popular, em detrimento da cultura massiva. Assim como, a cultura popular possui uma estrutura de divulgação mais modesta, marcada muitas vezes pelo pouco domínio das estratégias de relacionamento com a imprensa. Assim, ganha mais visibilidade a cultura que tem mais acesso aos recursos comunicacionais e mercadológicos.

Tabela 5 – Notas do Caderno 2 que apresenta elementos da Cultura Popular

Título	Conteúdo	Dia
Concerto tem armorial e ópera Bizet	Secundário	12
Sesc de CG tem semana de teatro infantil	Secundário	19
Escurinho no corredor	Principal	21
Choro na estação	Principal	22
Tem paulista no frevo	Principal	22
Cultura paraibana/Chico Pereira passeia pela nossa memória cultural	Principal	26

Fonte: A partir das edições do Caderno 2 veiculadas no mês de abril de 2012.

Na Tabela 5 há uma descrição detalhada das notas que foram identificadas como dotadas de elementos da cultura popular, com título, tipo de conteúdo e data, não consta o nome do repórter, pois no veículo esse tipo de texto não é assinado. Observa-se que a nota intitulada “Cultura paraibana/Chico Pereira passeia pela nossa memória cultural”, publicada no dia 26 de abril do corrente, não apresenta *gêneros, tipos e formatos* que a classifica especificamente na Taxionomia proposta por José Marques de Melo.

Apesar disso, a nota foi considerada como representante da cultura popular, por abraçar em seu conteúdo a folkmidia, caracterizada pela presença da literatura popular num veículo de comunicação de massa, na pessoa do escritor Chico Pereira, que pode ser considerado um *agente folkcomunicacional*, ou mesmo um *ativista midiático*.

Tabela 6: Gêneros folkcomunicacionais presentes nas notas do Caderno 2

Gênero	Formato	Tipo
Folkcomunicação Oral	Música	Choro, Armorial
Folkcomunicação Cinética	Agremiação	Escola de samba
	Folgueto	Cavalo-marinho ⁵
	Dança	Frevo, Ciranda

⁵ Por não encontrar-se na Taxionomia proposta por José Marques de Melo (2008) o *tipo* capaz de classificar o cavalo-marinho, ao mesmo tempo em que, acredita-se que este seja um dos elementos da Cultura Popular, buscou-se respaldo no verbete cavalo-marinho do Dicionário da Cultura Popular (CASCUDO, 2012, p.190), “[...] Acresce que o cavalo-marinho não é representado no bumba meu boi por um animal e sim por um cavaleiro, associação do cavaleiro-vaqueiro. Passa, durante sua exibição, fazendo piafés e corcovos. Sílvio Romero (Cantos Populares do Brasil, 182) registrou o *reisado* do cavalo-marinho já integrado no bumba meu boi e comandado: “Cavalo-marinho,/ Por tua mercê,/Mande vir o Boi./Para o povo vê.” Personalizava o proprietário, o fazendeiro, cavaleiro, enfim, e não o animal. Desapareceu no Rio Grande do Norte, mas resiste no sertão da Paraíba e do Ceará”.

Conclusão

O presente artigo não tem a pretensão de constituir uma análise acabada e definitiva, mas sim, um ponto de partida, baseado na observação dos avanços na área de Folkcomunicação, especialmente pelo fato de ousar testar, de forma modéstia e comprometida a Taxionomia preconizada por José Marque de Melo, um importante instrumento de identificação e descrição dos elementos *folks*.

Quanto à representatividade da cultura popular no Caderno 2 do jornal Correio da Paraíba, os resultados demonstram que este tipo de cultura permanece à margem. Muitas vezes, o jornal privilegia a cobertura de shows internacionais realizados em Estados vizinhos como Pernambuco, em detrimento da cultura popular local.

Ao mesmo tempo, percebe-se claramente que na maioria dos casos, a escolha das pautas está centrada na pessoa do jornalista cultural, que opta por produzir textos que atendem ao seu gosto pessoal, acabando por consolidar um perfil específico. Nesse caso, é fácil identificar, por exemplo que Astier Basílio escreve mais sobre teatro e literatura, já Renato Félix, sobre Cinema e Histórias em Quadrinhos e, felizmente, Antônio Vicente Filho aborda a cultura popular em suas mais variadas e democráticas expressões.

Nesse sentido, o leitor torna-se refém do gosto pessoal dos jornalistas culturais, que deixam de cumprir sua função social amplamente estabelecida, para ser uma espécie de “juiz” do que deve ser ou não apreciado pelo grande público.

Enfim, a cultura popular se mantém presente na mídia, a despeito de todos os empecilhos de ordem pessoal, cultural, social e econômico. Por ter como maior característica, a constante transformação, que é alimento de sua resiliência frente às adversidades.

Referências

ARAÚJO, Fátima. **História e ideologia da imprensa na Paraíba**: dados históricos e técnicos. João Pessoa: Secretaria de Educação e Cultura da Paraíba, 1983.

BENJAMIN, Roberto. **Os romances da tradição ibérica na obra Midiática de Antônio Carlos Nóbrega**. In: INTERCOM — XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP17_benjamin.pdf> Acesso em 20 de maio de 2012.

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

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CADERNO 2. In: **Jornal Correio da Paraíba**, edições publicados de 1º a 30 de abril de 2002. João Pessoa – PB

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. 12 ed. São Paulo: Global, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. Folkmídia: a Folkcomunicação nos veículos de massa. In: SCHMIDT, Cristina (org.), **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

GOMES, Fábio. **Jornalismo cultural**. Brasileirinho Produções: 2005. Disponível em: <<http://www.jornalismocultural.com.br>> Acesso em: 02 jun. 2012

LOPEZ, Débora, FREIRE, Marcelo. **O jornalismo cultural além da crítica: um estudo da revista Raiz**. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>>. Acessado em 04 de maio de 2012.

MAGALHÃES, Marina. **Polarizações do jornalismo cultural**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2008.

MELO, José Marques. Gêneros, formatos e tipos. In: **Mídia e Cultura popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Ed. Paulus, 2008.

UNESCO, **Declaração do México**. In: MONDIACULT - Conferência Mundial sobre as Políticas Culturais, 1985. Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=255>. Acesso em 20 de maio de 2012.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SWAN, Isabel. Jornalismo cultural. In: PENA, Felipe (coord.). **1000 Perguntas: Jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Universidade Estácio de Sá, 2005. (Coleção. 1000 perguntas).