

O ativismo midiático presente no maracatu rural e a apropriação da cultura local pela TV Jornal Recife¹

Osvaldo TRIGUEIRO²

Fernanda Gabriela GADELHA³

Resumo

É importante compreendermos que as manifestações populares estão passando por significativas modificações, sejam elas de forma ou de conteúdo, para se inserirem no contexto midiático com o objetivo de atender às novas demandas da sociedade na atualidade. Algumas manifestações populares deixaram de ser representações culturais somente regionais e alcançaram também uma projeção nacional, possibilitando uma aproximação estreita entre o tradicional e o contemporâneo. Contudo, são pelos meios populares de comunicação que o povo expressa e comunica seus sentimentos, expondo sua identidade cultural diante de seu contexto social. Este trabalho, de cunho bibliográfico, tem como objetivo compreender como a mídia televisiva, mais especificamente a TV Jornal de Recife, mostra o maracatu rural de Pernambuco. Faz-se necessário, no entanto, identificar a presença do fenômeno comunicacional, o ativismo midiático, presente na manifestação cultural do maracatu pernambucano, para compreender de que forma este ator social contribui de maneira ativa para o grupo ao qual pertence através da mídia.

Palavras-chave: Ativismo midiático. Mídia. Televisão.

Résumé

Il est important de comprendre que les manifestations populaires passent par des modifications significatives, soit en forme ou de contenu, pour s'intégrer dans le contexte médiatique dont l'objectif est d'attendre les nouvelles demandes de la société actuelle. Quelques manifestations populaires ne sont plus de simples représentations culturelles régionales mais elles atteignent des projections nationales marquant une vraie proximité entre le traditionnel et le contemporain. Cependant, c'est pas les moyens de communications que le peuple exprime et communiqué ses sentiments, montrant son identité culturelle devant son contexte social. Ce travail bibliographique a pour objectif de comprendre comme le média télévisé, plus partiel

¹ Artigo apresentado na XV Conferência Brasileira de Folkcomunicação, Campina Grande-PB, 2012.

² Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGC-UFPB.

³ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação - PPGC-UFPB.

lièrement la “TV Jornal de Recife”, montre le maracatu rural de Pernambuco. Il est nécessaire, d’identifier la présence du phénomènes de communications, l’ativisme médiatique, présent dans la manifestation culturelle du maracatu pernambucano, pour comprendre de quelle forme cet acteur social contribue activemen prour le groupe auquel Il appartient à travers les médias.

Mots-clés: Ativisme médiatique. Médias. Télévision.

Introdução

A vida cotidiana e as representações culturais são elementos pesquisados na área da comunicação social, visto que as camadas populares também possuem seus próprios meios de comunicação. Desta forma, a sociedade contemporânea faz uso das múltiplas formas de comunicação e das culturas oferecidas pelas redes.

Não podemos compreender a influência dos meios de comunicação, sem entender o que a sociedade faz com os eventos difundidos pelos meios midiáticos, principalmente a televisão; ou seja, o que a mídia faz com a sociedade e o que a sociedade faz com os bens culturais veiculados pela mídia.

A esta íntima relação entre a cultura e a comunicação popular, denominou-se o que chamamos de folkcomunicação. Podemos dizer que a folkcomunicação é a comunicação produzida pelo povo através de meios artesanais. “As classes populares têm assim meios próprios de expressão e somente através deles é que se podem entender e fazer-se entender”. (BELTRÃO, 1980, p.47).

Beltrão (1971) reforça o pensamento de que a comunicação não é só identificada nos grandes meios comunicacionais, mas também dentro da própria sociedade, sendo realizada por pessoas simples que utilizam linguagem própria para comunicar e disseminar suas ideias, a essas pessoas ele chamou de agentes folkcomunicacionais. Esses agentes utilizam meios como as manifestações populares, religiosas e do artesanato para comunicar suas opiniões e pensamentos.

O ativista midiático

O ativista midiático caracteriza-se por ser aquele ator social que trabalha a favor do grupo ao qual pertence, disseminando, divulgando e até lutando por melhorias e maior visibilidade para o seu grupo. Com este objetivo, o ativista utiliza-se da mídia como um dos instrumentos para obter um maior alcance de suas ações.

No carnaval, quando acontecem mais expressivamente as apresentações de grupos folclóricos, o ativista utiliza-se da mídia para divulgar suas histórias, crenças e costumes. É principalmente através da mídia televisiva que é divulgada toda esta representatividade. A TV Jornal Recife⁴ registra e transmite exaustivamente os fatos e os costumes que acontecem neste período, parando assim sua programação diária para se ater ao carnaval pernambucano.

Nota-se visivelmente que a mídia vem se apropriando de elementos da cultura popular para se promover e, em contrapartida, divulgar os elementos culturais identitários do local onde estão inseridos. Entretanto, não só o ativista se apropria da mídia para difundir o seu grupo, mas especificamente a mídia televisiva utiliza-se da cultura popular e das manifestações folclóricas para reinterpretar e transmitir novas mensagens. Contudo, é importante lembrar que esse fenômeno é bidirecional, ou seja, a cultura popular também se apropria da cultura de massa e vice-versa.

A cultura popular também passou a fazer parte do agendamento midiático e, conseqüentemente, a mídia passou a interferir nas produções populares, um exemplo deste agendamento é a presença do ativista midiático.

Para Trigueiro (2008), o ativismo midiático pode ser sinônimo também de líder de opinião. Esses ativistas seriam os mediadores entre os produtores de cultura e os consumidores. Os estudos desenvolvidos por Trigueiro apontam que a presença, cada vez maior, da televisão torna os estudos sobre audiência ainda mais complexos na sociedade midiaticizada,

⁴ TV Jornal Recife é a uma emissora de televisão brasileira localizada no Recife, Pernambuco, fundada em 1960, filiada ao SBT.



[...] onde cada sujeito representa uma identidade sociocultural, que interage com outros diferentes grupos, mas com as mesmas aproximações socioculturais que reinventam os seus produtos de uso, ao invés de serem meros consumidores passivos das mensagens midiáticas. São as interações midiáticas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21).

O ativismo participa da atividade exercendo uma ação, estando sempre em movimento; o ativista é um membro ativo que organiza, planeja a participação de outros nos movimentos, que se posiciona contra ou a favor de determinada situação.

A formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais é uma das atribuições vinculadas ao ativista midiático. Agindo em nome do interesse próprio ou do grupo que representa, ele acaba se apropriando das diversas tecnologias de comunicação, possibilitando a circulação das narrativas populares nas redes globais. Deste modo, o ativista midiático se torna “um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social”. (TRIGUEIRO, 2008, p.48).

Os artistas populares exercem o ativismo midiático através do seu trabalho e cabe a eles o papel de difundir os costumes e a tradição do grupo ao qual pertence. Utilizam meios novos e também tradicionais de comunicação, como os cordéis, os cânticos, a oralidade, entre outros meios de comunicação e mídia.

A mídia, ao procurar abordar estes ativistas midiáticos, irá apresentar a visão midiática do contexto destes artistas. Segundo Thompson (2008), a mídia desempenha um importante papel no controle do fluxo dos acontecimentos e da vida social:

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência. (THOMPSON, 2008, p.106).

O jornalismo possui um papel fundamental na divulgação dos trabalhos dos artistas populares e da cultura de um modo geral. Podemos dizer que a mídia é capaz de proporcionar à difusão de bens culturais e, para isto, apropria-se do conteúdo popular.

O próprio jornalismo se abastece continuamente nas fontes da cultura popular, registrando indícios das sobrevivências tradicionais na vida das comunidades modernas. Tais manifestações populares se convertem em notícias pelo seu caráter inusitado, pitoresco ou sentimental. (MELO, 2008, p.24).

Esta apropriação da mídia para com a cultura popular, contudo, é denominada de Folkmídia, e cabe aos ativistas midiáticos a conquista deste espaço midiaticizado. Segundo Roberto Benjamin, a Folkmídia é a representação da cultura popular através da mídia, logo temos:

As representações da cultura popular tradicionais nos meios de comunicação de massa [...] são, na maioria das vezes [...] simplesmente [...] exóticas e descontextualizadas em relação à vida das comunidades onde foram produzidas. (BENJAMIN, 2004 apud MELO, 2008, p.9).

A mídia, portanto, através de suas representações, apropria-se constantemente dos elementos advindos da cultura popular, envolvendo-se ativamente na construção do mundo social, modelando-o e influenciando-o.

Nessa perspectiva, é relevante buscarmos perceber de que modo o discurso da mídia televisiva pode envolver os seus diversos públicos, criando significados, prazeres e sentimentos. Até porque o universo da informação midiática não é um simples reflexo do que acontece no espaço público, mas sim um universo construído. (CHARAUDEAU, 2009).

O maracatu pernambucano

Não podemos falar de cultura popular sem falar também de folclore. Segundo Pellegrini Filho (1954 apud CASCUDO, 1982, p.14), “todos os países do mundo, raças,



grupos humanos, famílias, classes profissionais, possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente, sendo defendido e conservado pelos costumes”.

Para ordenar a administração dos negros trazidos como escravos no período colonial brasileiro, os colonizadores portugueses incentivaram a instituição de reis e rainhas negros protegidos pelas irmandades de N. Sra. do Rosário e São Bento. Dentre os costumes africanos detectados em terras brasileiras no século XVIII, estava a festa de coroação de reis negros eleitos e nomeados na instituição do Rei Congo. A coroação e posse dos eleitos se davam no dia de Nossa Senhora do Rosário.

Depois da coroação, era hora de festejar com danças, bebidas e comidas. No decorrer dos anos, através desses costumes, foi surgindo o maracatu. Os grupos administrados por governadores negros que participavam dessas festas profano-religiosas receberam a nomenclatura *nação*, surgindo, assim, a denominação de maracatu nação para esse tipo de festejo.

O maracatu é uma manifestação cultural da música folclórica pernambucana afro-brasileira que surgiu em meados do século XVIII. É formada por uma percussão, com tambores, flechas e movimentos que misturam as culturas indígena, africana e européia para homenagear a coroação do Rei Congo.

Há dois tipos de maracatu, ambos originários e representantes do folclore e do carnaval de Pernambuco:

a) Maracatu de baque virado ou nação

O maracatu de baque virado ou maracatu nação é uma manifestação popular da cultura brasileira, de forte cunho religioso. Tem a sua origem baseada nos escravos trazidos da África, os quais realizavam seus cultos e cerimônias, na tentativa de manter suas raízes religiosas.

No estado de Pernambuco, torna-se mais predominante, especialmente na cidade de Recife, o maracatu de baque virado, há muito tempo inserido no ciclo carnavalesco. Simboliza, entre outras coisas, a coroação dos Reis do Congo, feita em forma de cortejo.



O cortejo é composto pelos personagens da Corte Real, os quais dançam seguidos por uma orquestra de percussão, composta pelos “batuqueiros” e seus instrumentos: alfaias, atabaques, taróis, caixas e gonguês, além de uma voz solo e o coro de vozes. O puxador comanda o baque com seu apito e canta a loa, que é respondida pelos batuqueiros, baianas e todos os integrantes. Todos desfilam juntos, em blocos, em forma de arrastão. As loas são pré-elaboradas e contam a história do maracatu, da sua origem, da tradição, versam sobre o candomblé, o abolicionismo e a procedência escrava.

b) Baque solto ou rural

Também conhecido como maracatu de trombone, a manifestação tem presença de vários folguedos populares existentes nas áreas canavieiras do interior do Estado, tais como: cavalo-marinho, bumba-meu-boi, caboclinhos, entre outros. Essa mescla aconteceu também na cidade, quando no início do século XX a crise do açúcar foi espalhando os trabalhadores do campo em direção à capital, que incorporados à vida da cidade, adaptaram-se a uma nova realidade social, utilizando para isso as suas próprias referências.

Com o passar do tempo, não somente os negros participavam do cortejo do maracatu do baque virado, mas também mestiços e brancos. Mas mudanças não ficaram restritas às características dos componentes. A diversidade passou a surgir também na musicalidade do maracatu, o que fez com que um novo tipo surgisse.

Segundo Guerra-Peixe (1980), desenvolveu-se uma orquestra própria, com mudança de instrumentos de percussão e com o acréscimo de alguns de sopro como trombone, o trompete e o clarinete. As melodias também adquiriram novas características que não tem relação com a África. Tanto podem evocar sua glória individual do mestre, que é quem faz as declamações de improviso, quanto podem louvar a beleza de sua cidade ou a bravura de seus caboclos.

O maracatu de baque solto, segundo a pesquisadora Katarina Real (1967, p.85) é "uma fusão de elementos de vários folguedos populares existentes no interior pernambucano", sobretudo nos engenhos de cana-de-açúcar da Zona da Mata Norte de Pernambuco, principalmente em Nazaré da Mata no início do século XX.



Assim como no maracatu de baque virado, no de baque solto também é possível encontrar a presença da calunga. Só que nesse tipo de maracatu a boneca é feita de pano branco, diferente da boneca de madeira encontrada no maracatu nação.

Analisaremos a presença do ativista midiático em dois grupos, o Maracatu Cambinda Brasileira de Nazaré da Mata e o Maracatu Estrela de Ouro, município de Aliança. A escolha por estes dois grupos do maracatu se dá pelo fato do primeiro ser o grupo mais antigo e o segundo por ser o único maracatu rural a ter visibilidade fora do país. Além disso, ambos são os mais representativos da Zona da Mata Pernambucana.

Pensava-se, na modernidade, que as culturas folclóricas iriam acabar. No entanto, percebe-se que estas permanecem, desenvolvendo mecanismos de adaptação. A própria cultura de massa se utiliza das culturas populares e vice-versa. Hoje, a sociedade passou a presenciar, portanto, uma apropriação dos meios populares pelos meios de comunicação e o inverso também acontece.

A apropriação do maracatu pernambucano pela TV Jornal do Recife

A televisão, inaugurada no país da década de 50, tem crescido em importância como um dos meios de comunicação de maior influência nas experiências cotidianas e na opinião pública. No Brasil, a televisão está presente em quase todos os lugares públicos e privados. É inegável a sua presença nos grandes centros, nas pequenas cidades, no espaço rural e urbano, interferindo nos modos de agir, de pensar e de criar novas formas de convivência cotidiana. Sem dúvida, a TV é o meio de comunicação de maior presença no mundo globalizado, mesmo depois do surgimento da Internet, tendo ainda a TV o maior alcance da maioria da população brasileira, em seus mais variados contextos sociais, culturais e históricos.

Segundo Trigueiro (2008), a televisão está em quase todos os lugares, é um artefato quase ubíquo na nossa vida:

É quase impossível viver sem televisão nos dias atuais. Ela está nas casas, nos barracos, nas ruas, nas praças, nos hospitais, nas escolas, igrejas, penitenciárias, nos bancos, nas repartições públicas, lojas de departamento e até nas tradicionais feiras livres no nordeste. (TRIGUEIRO, 2008, p.19).

A Televisão ainda hoje é utilizada diariamente para a informação, entretenimento e para adquirir novos conhecimentos; tornando-se a mídia que mais oferece novas visões e dimensões do mundo afora, sem distinção de classe social econômica. Ainda é o objeto de encontro das famílias, que se sentam juntas na sala, na cozinha, ou no quarto, para assistirem às telenovelas, às séries, aos desenhos e aos telejornais.

Por muitos anos, a TV era tida como uma grande vilã, sobretudo, em seu caráter ideológico e seu papel de alienação, gerando questionamento em torno do que proporcionava à sociedade. Indagava-se sobre as implicações tanto culturais, sociais e políticas. Hoje, a TV deixou de ter este papel aterrorizante e passou a ser entendida como um espaço de produção cultural diversificada, buscando entender os diferentes papéis que o veículo desempenha.

O presente estudo busca observar a TV Jornal do Recife, tendo como foco o jornalismo televisivo. Intenciona compreender como cada empresa jornalística define seus padrões e formatações de conteúdo para a veiculação de notícias e reportagens no telejornalismo. Sem dúvida, a estrutura socioeconômica do local é um fator a ser ponderado na hora da construção editorial de um veículo como este.

É neste sentido que a cultura popular está inserida nas pautas e é nesse ponto que a TV influencia e é influenciada pela cultura local. A partir das interfaces e das convergências da mídia, da cultura popular e do cotidiano que cabe a reflexão acerca dos papéis sociais desempenhados por esses atores, bem como das representações por eles vivenciadas, tanto no cenário cotidiano quanto no midiático.

Nesta perspectiva, é através da interação dos ativistas midiáticos que podemos analisar o papel por eles desempenhado e é a partir da interação dos mesmos com a mídia que podemos identificar quais as representações que surgem.

Considerações finais

A cultura popular brasileira deve ser investigada, para compreendê-la não como uma cultura homogênea, mas sua diversidade, sua riqueza de variações, os processos de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço.

O presente projeto de pesquisa está em andamento, vinculado ao Programa de Pós Graduação em Culturas Midiáticas PPGC, da Universidade Federal da Paraíba. Tem o objetivo de analisar a presença do ativismo midiático no maracatu rural da Zona da Mata Pernambucana e verificar como a TV Jornal Recife constrói e retrata esta representatividade cultural em tempos de carnaval.

É no cotidiano e nas manifestações populares, contudo, que podemos perceber a folkcomunicação. São pelos meios populares de comunicação que o povo expressa e comunica seus sentimentos, expondo sua identidade cultural diante de seu contexto social.

Mais importante do que apenas discursar sobre a cultura popular regional ou local, é investigar o que está ocorrendo por trás desses novos fenômenos, as suas novas articulações ou suas cumplicidades entre o moderno e o tradicional.

Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de idéias**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Estadual de Folclore, 2004 *apud* MELO, José MARQUES de. **Mídia e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**, São Paulo: Paulus, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

PEIXE, Guerra. **Maracatus do Recife**. Recife: Prefeitura da Cidade do Recife/ Irmãos Vitale, 1980.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Antologia do folclore brasileiro**. São Paulo: EDART/ UFPA/ UFPB, 1982 *apud* CASCUDO, Luiz da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Saúde/ Instituto Nacional do Livro, 1954.

REAL, Katarina. **O folclore no carnaval do Recife**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco/ Ed. Massangana, 1967.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 2008.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **Folkcomunicação e ativismo midiático.** João Pessoa: Editora UFPB, 2008.