

UM ESTUDO SOBRE A COMPANHIA BARRICA: RELAÇÕES ENTRE OS CONCEITOS DE FOLKCOMUNICAÇÃO E IDENTIDADE²¹²

Brenna Santos Freire²¹³

Protásio Cézar dos Santos²¹⁴

RESUMO: O artigo aborda as importantes considerações de Luiz Beltrão nos estudos da folkcomunicação, assim como relevantes pontuações de Roberto Benjamin. Contextualiza também identidade, considerando sua formulação coletiva. E apresenta como objeto de estudo: a Companhia Barrica, sua criação e o sentimento de valorização como manifestação da cultura popular pelos maranhenses, em especial, a comunidade da Madre Deus. Esse artigo é resultado do meu projeto de conclusão de curso, que foi transformado para melhor apresentar as ideias aqui abordadas. A pesquisa a ser realizada possui base exploratória, bibliográfica e documental.

Palavras-chave: Comunicação; Folkcomunicação; Identidade; Cultura Maranhense; Companhia Barrica.

1 Introdução

A constante presença da Companhia Barrica em festivais internacionais representando o Maranhão e o Brasil levanta o questionamento sobre a sua importância em meio a manifestação da cultura popular maranhense. O objetivo do artigo, como uma proposta de pesquisa para um trabalho de conclusão de curso, é caracterizar a Companhia Barrica como símbolo de identidade da cultura maranhense através das suas contribuições, aptidões e sua personalidade perante o público.

O presente artigo busca contextualizar os conceitos de folkcomunicação e identidade, relacionando suas contribuições com a história da Companhia Barrica, além de evidenciar o sentimento de afirmação da Companhia Barrica como símbolo de identidade da cultura maranhense para os próprios maranhenses.

Dessa maneira, surge a preocupação em estudar a comunicação por meio do folclore, em nível popular e que não utiliza meios formais de comunicação para chegar ao povo. Segundo Hohlfeldt (2002), a folkcomunicação pode ser entendida pelo estudo da comunicação onde as manifestações da cultura popular e folclóricas estão presentes e socializam com outras cadeias comunicacionais.

²¹² Trabalho apresentado no GT 2 (Expressões da folkcomunicação na cultura popular) da XX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

²¹³ Graduanda em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão. E-mail: brenna.sf@discente.ufma.br

²¹⁴ Profissional de Relações Públicas, Professor Associado III da Universidade Federal do Maranhão. Doutor em Ciências Ambientais. Mestre em Comunicação. Especialista em Administração. Email: protasio.cezar@ufma.br

A Companhia Barrica existe há 37 anos e surgiu na tradicional comunidade da Madre Deus, em São Luís, Maranhão. Com o vasto histórico de apresentações nacionais e internacionais, por onde passa contagia o público com a sua dança, simpatia dos bailarinos e a beleza das indumentárias, mostrando que a cultura popular brasileira é bastante diversificada.

Assim, durante discussões no grupo de estudos sobre a Folkcomunicação, liderado pelo Prof. Dr. Protásio César Santos, surgiu a ideia de realizar um trabalho de conclusão de curso analisando a Companhia Barrica na formação de uma identidade cultural maranhense, tendo como fundamentação teórica a Folkcomunicação. Faz-se necessário entender determinados conceitos citados ao longo da pesquisa para posteriormente, questionar se o sentimento de representação da Companhia é presente em grande parte do público maranhense.

2 Breve histórico da Companhia Barrica

“Zé de França Pereira viu
Esse Boi tão pequeno chegar
Madre Deus de São Pedro fez
Esse Boi chorar
Levanta Boi e vai
Que é pro Amo ver
Que Boi também chora
Também sente dor.”

(Boi de Lágrimas - Raimundo Makarra)

A Companhia Barrica surgiu em 1984 quando um grupo de amigos se encontrou para cantar as mais diversas toadas acompanhadas por um violão. José Pereira “Godão, Paulo Salaia, Wellington Reis e Jeovah França se reuniram no bairro da Madre Deus e decidiram que o repertório deveria ser apresentado ao público em forma de teatro de rua.

O Barrica estreou com o primeiro espetáculo junino em 1985, apresentando nas ruas a diversidade dos ritmos e das danças da cultura maranhense, se fazendo presente até hoje na criação de suas próprias tradições.

Inicialmente chamado de Boi de Fita, a proposta da Companhia é interligar várias formas de expressão, como observa Jeovah França no prefácio do livro “O Boizinho Barrica à luz de uma estrela” (2000):

(...) um trabalho que intersecciona várias experiências e formas de expressão artística, abrangendo canto, dança, música, literatura, artesanato e teatro de rua, consubstanciado por uma visão eclética, cuja condução e urdidura são realizadas pelo compositor Zé Pereira Godão, num processo que vem amadurecendo há trinta e um anos. (PEREIRA, 2000, p.5)

O referencial para as produções da Companhia é a cultura popular maranhense. Entre seus integrantes, grande parte moradores da comunidade Madre Deus, encontram-se compositores, atores, cantores, músicos, poetas, artesãos dançarinos, donas de casa, profissionais liberais e apreciadores do espetáculo junino.

As músicas e as coreografias apresentadas nos shows são fundamentadas na diversidade de manifestações artísticas da cultura maranhense. Na dança destacam-se os passos que simbolizam rituais de maneira coletiva ou individual. A Companhia Barrica é um grupo alternativos, que trabalha com releituras de várias formas artísticas da cultura popular maranhense. Por exemplo, no período junino, encena outras manifestações juninas como a Dança do Coco, o Cacuriá, a Quadrilha, o Tambor de Crioula e as Ladainhas do Divino Espírito Santo. Toda a energia do corpo, de maneira bastante expressiva, transparece a alegria dos brincantes no embalo da música.

As músicas apresentadas nos shows são baseadas nos diversos ritmos do Bumba meu boi maranhense: nos sotaques dos bois da Ilha de São Luís, do Vale do rio Pindaré, das Zabumbas da cidade Guimarães, das Orquestras das margens do rio Munim e da batida de costa de mão do litoral cururupuense; como também no quebrar dos Cocos e rastapés das Quadrilhas nordestinas; na cadência maviosa do Lelé de São Simão, nas ritmias retumbantes dos tambores de Crioula e de Mina; nas Festas de Reis e nos cânticos e ladainhas do Divino Espírito Santo, bem como os sons carnavalescos que interligam épocas: das batucadas dos Blocos de Ritmo e das Tribos de Índio, do Baralho e dos sambas, dos frevos e marchinhas momescas. (PEREIRA, 2000, p. 126)

As indumentárias, são confeccionadas com a palha do buriti que vem da cidade Barreirinhas-MA. As cores que surgem da imaginação de cada brincante, contam com a ajuda dos canutilhos, miçangas, fitas e fitilhos para preencher cada criação. Característica forte também do Barrica são as batidas das músicas. José Pereira, diretor da Companhia Barrica, observa a importância da diversidade dos ritmos presentes e como estes se davam:

É bom que se diga: o Boizinho Barrica tem a sina dos bois de viola que se espalharam pelo Maranhão tecendo suas luzes. Tem o encanto do Novilho Mágico, de Raimundo Macarrão, quando se encanta, e o pranto do Boi de Lágrimas, quando chora. Tem o fulgor do Boi Vaga-lume, de Mochel, quando brilha, e segredos do Boi Sagrado de Eleazar, quando silencia. Tem o lirismo do Boi de Eulália, de Sérgio Habibe, quando ama, e também Catirinas dos bois de Josias, quando brinca. De todos, ele tem um pouco. De tantos, ele tem um tempo. O Tempo Certo do Boi Festivo, de Ubiratan, quando resiste. Mas é o Boi da Lua, de Cesar Teixeira, o primeiro dos boizinhos de viola, que o Barrica viaja nos astros e o mundo da Lua, quando busca sua Estrela. (PEREIRA, 2000, p.103)

A expressão artística do Barrica integra diversas linguagens, como: a música, a dança e as coreografias, e o artesanato. Todo esse teatro de rua se materializou em 2010, na construção da Casa de Arte Barrica, localizada no bairro da Madre Deus. A Companhia, criada inicialmente para

integrar experiências artísticas de moradores da Madre Deus, vem estimulando em todos esses anos o sentimento de afirmação e valorização da cultura popular maranhense, assim como o questionamento do papel do artista popular nos contextos social, econômico e cultural. O Barrica busca evidenciar as riquezas dessa cultura e combater todos os preconceitos nela envolvidos.

3 Um passeio pela Folkcomunicação de Luiz Beltrão e Roberto Benjamin

O interesse pelos estudos da comunicação popular é crescente no campo da comunicação. Na década de 1960, muitos pesquisadores se aproximaram das manifestações que nasceram através do folclore. Em qualquer estudo sobre a Folkcomunicação, o nome de Luiz Beltrão está associado. O estudo sobre esse tema atua como uma de suas principais contribuições para o campo da comunicação, devido a construção dessa nova teoria.

Suas contribuições na área de comunicação são grandes e conta com a fundação do primeiro centro nacional de pesquisas acadêmicas sobre comunicação – o INCIFORM (Instituto de Ciências da Informação) – na Universidade Católica de Pernambuco, em 1963; a criação da primeira revista científica brasileira dedicada a temas comunicacionais – Comunicações & Problemas, Recife – em 1965; e a elaboração da tese Folkcomunicação – um estudo dos agentes e dos meios populares da informação de fatos e expressão de ideias, em 1967, o tornando o primeiro doutor na área de comunicação pela Universidade de Brasília.

O interesse pela cultura popular e sensibilidade para entender o cotidiano da sociedade, assim como sua vivência acadêmica e profissional atuaram como campo motivador de suas reflexões. Utilizando os meios de informais de comunicação para estudo, Beltrão (1965) identifica que as manifestações artísticas e folclóricas são os meios pelos quais a massa se comunica e transmite a sua opinião, desempenhando a sua função social. “Neste sentido, os meios de comunicação devem ser considerados, não como meio de informação, mas como intermediários técnicos nas relações sociais” (s.d apud BORDENAVE, 1995).

Visto que “comunicação” e “folclore” são termos bem abrangentes, vamos considerar comunicação como interação entre pessoas, onde comunicador e receptor sejam intercambiáveis. E folclore, um termo que engloba todas as manifestações de um povo, sendo danças, músicas, roupas, costumes, rituais, ou seja, tudo que caracterize uma determinada camada popular. A “Carta do Folclore Brasileiro”, conceitua o folclore como:

conjunto das criações culturais de uma comunidade, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade. Ressaltamos que entendemos folclore e cultura popular como equivalentes, em sintonia com o que preconiza a UNESCO. A

expressão cultura popular manter-se-á no singular, embora entendendo-se que existem tantas culturas quantos sejam os grupos que as produzem em contextos naturais e econômicos específicos (COMISSÃO NACIONAL DE FOLCLORE, 1995, p. 01).

De acordo com o conceito acima, pode-se afirmar que toda sociedade é identificada e reconhecida pelas suas manifestações folclóricas.

O folclore é, assim, a expressão de tradições, de formas coletivas ou individuais, categorias que nos remetem a uma representação de identidade, uma identificação do que somos, do que fomos e do que seremos. Por meio das manifestações folclóricas, percebemos tradições e construções, origens, crenças, símbolos, modos e costumes de um povo. De origem inglesa, a palavra *folklore* é constituída dos vocábulos – *folk*: povo, e *lore*: conhecimento, ou seja, folclore é o conhecimento do povo. (ALMEIDA, 2018, p. 113-114)

Beltrão chamou de Folkcomunicação ao “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. (2001, p.79).

Com base nisso, o autor inclui em suas análises os públicos marginalizados urbanos e rurais, que segundo ele, são caracterizados pelo público de baixa renda, excluído das atividades políticas e de participação ativa nas decisões da sociedade. Essa parte marginalizada, como ele define, faz uso de um sistema de comunicação próprio. Para ele, as conversas boca-a-boca em bares, salões de beleza, encontros de família era o que influenciava na comunicação.

Portanto, é necessário reconhecer a importância da comunicação que ocorre dentro nos núcleos marginalizados da sociedade. Esses seres marginalizados tinham a necessidade de disseminar informação de alguma maneira e esses eram os meios utilizados. A partir disso, pode-se afirmar que o processo folkcomunicaçãoal inicia na fonte e chega nos líderes de opinião.

De um lado, as camadas da população que têm acesso ao livro, quer como leitores, autores ou editores, cuja situação econômica lhes permite educar-se em escolas e universidades, participando ativamente do processo civilizatório, mediante o recolhimento e debate de idéias e projetos que visariam conquista, consolidação e manutenção do poder e dos privilégios que sua capacidade política lhes conferira. Do outro, as camadas sem condições de integrar-se em tal contexto, caracterizadas, no que nos interessa, pela impossibilidade de acesso ao livro, sequer na primeira categoria – a de leitor. Analfabetas, sem admissão ou freqüência à educação do sistema, preocupadas unicamente em subsistir à falta de recursos econômicos, permanecem marginalizadas da gente erudita, refugiando-se, por isso, em seus próprios guetos culturais” (BELTRÃO, 1980, p.2).

Acerca da comunicação entre essas classes marginalizadas, ele conclui:

“Excluídos do sistema de comunicação social, e não podendo – pela própria condição humana – dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, integrariam sem dúvida um outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores de mensagens ao nível de sua vivência, experiência e necessidades, e expressivas de sua ideologia, aspirações e opiniões” (BELTRÃO, 2001, p.18).

Para Beltrão (2001), “as classes populares têm meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender”. Desse modo, contadores de histórias, poetas, caixeiros viajantes, motoristas de caminhão, artesãos, brincantes de escolas de samba, por exemplo, constituiriam uma forma de disseminação da informação e expressão da opinião pública.

É através desses veículos e agentes que as camadas populares organizam uma consciência comum, preservam experiências, encontram educação, recreio e estímulo, dão expansão aos seus pendores artísticos e, afinal, fazem presentes à sociedade oficial as suas aspirações e as suas expectativas” (BELTRÃO, 2001, p.125).

Roberto Benjamin, professor e seguidor das ideias de Beltrão, tem apresentado reflexões mais atuais nessa área de pesquisa. Ele pontua importantes aspectos, como: a utilização de meios tecnológicos na execução e divulgação de suas expressões – meios como o jornal, a fotografia, o vídeo, a TV e o computador; expressões corporais e verbais aliadas ao vestuário para execução de determinadas performances. Ele observa a presença de características da cultura de massa absorvidas pela cultura folk devido a influência marcante no cotidiano da sociedade.

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. (BENJAMIN, 1998, p.136)

Acerca da pesquisa sobre comunicação de massa, Beltrão conclui a existência de meios de comunicação informais, onde a opinião pública sofre interferência e altera a opinião e a atitude popular. A folkcomunicação apresenta a comunicação popular como um instrumento principal para o processo de difusão de informações, onde não é possível fazê-la, exclusivamente, através de meios tecnológicos, dando todo o crédito que a comunicação informal possui.

A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. A folkcomunicação, portanto, é um campo extremamente complexo, interdisciplinar – necessariamente – que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo (HOHLFELDT, 2013, p. 877).

Portanto, vale ressaltar a importância em torno das pesquisas com tema em folkcomunicação, devido a mescla de tradição popular, acontecimentos históricos e a necessidade de um povo em comunicar algo.

4 Relacionando o conceito de identidade com a comunidade da Companhia Barrica

De acordo com as mudanças na sociedade brasileira e a dinâmica dos movimentos sociais populares, a partir da década de 80, surgiram novos tipos de comunicação. A comunicação popular teve grande expressividade no Brasil nessa época e foi chamada também de participativa, dialógica e comunitária, uma vez que, nesse processo comunicativo, o povo se torna protagonista da comunicação. Nessa perspectiva, a comunicação popular é voltada para a mudança social. Diante disso, Christa Berger afirma que:

O estudo da comunicação popular redefiniu os marcos de problemática da comunicação. Durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora, falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita, para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo. Trazer a comunicação popular para o espaço da cultura fez introduzir a dimensão do conflito (...) histórico do qual o popular se define enquanto movimento de resistência (...). E, consequentemente, a ideia de ação de práxis (BERGER apud PERUZZO, 1998, p. 113-114).

Assim, pode ser dito que a comunicação popular se desenvolve através dos movimentos populares, como um canal de expressão, mobilização e meio de conscientização de uma população submetida a condições de subalternidade.

A comunicação nas comunidades surge das necessidades locais e faz sentido dentro dessas realidades específicas, ganhando um papel de grande importância na construção da cidadania e fazendo com que as relações públicas comunitárias incentivem a expressão dos valores produzidos nesse meio, e despertem o interesse dos indivíduos por essas informações.

O conceito de identidade é bastante complexo. De acordo com a leitura que Jacques Lacan faz de Freud, a identidade é “algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes” (HALL, 2015) e não algo que a criança possui desde o nascimento. A identidade não surge exatamente dentro de nós como indivíduos, mas é preenchida a partir das nossas experiências, ou seja, é algo que está sempre em processo, um processo de identificação.

Culturalmente falando, as identidades nacionais permanecem fortes, porém as identidades locais, regionais e comunitárias vêm desenvolvendo um papel de muita importância dentro das comunidades. Quando a comunicação popular aborda temas locais, ela tende a despertar o interesse por uma audiência específica, devido ao conteúdo oferecido ter maior relação com esse público.

Na capital do Maranhão, São Luís, um exemplo disso é a Companhia Barrica, que surgiu como uma forma de integrar o conhecimento cultural, a experiência artística e a paixão pelas artes populares de uma geração de novos artistas da comunidade da Madre Deus. A companhia vem suscitando uma nova visão da sociedade através de suas manifestações artísticas populares, visando combater preconceitos através das danças com ritmos e coreografias bem característicos.

Segundo Antonio Teixeira de Barros (2007), “a folkcomunicação constitui um campo que valoriza por excelência a interação social, a cultura popular, as vivências comunitárias, os costumes, a tradição oral e demais manifestações culturais intersubjetivas” (BARROS, 2007). A liberdade das ruas, a criação popular, o gingado, a beleza das indumentárias, a arte e a vivência da comunidade Madre Deus estão intrinsecamente ligadas a maneira como a Companhia atua.

As pessoas da comunidade atuam dançando e batucando, através de um vínculo forte com o local em que nasceram e foram criadas. Carregam os traços da cultura, das tradições e histórias daquele povo. E demonstram isso através da arte de maneira geral. Para os nordestinos, a festa junina possui um grande significado. “O ciclo do Boi dura cerca de seis meses no estado, sendo mais significativo do que os de Natal e de carnaval”. (FERRETI In PAPETE, 2015, p. 14). Aos maranhenses, a Companhia Barrica representa todo um resgate da tradição e raízes da comunidade Madre Deus, assim como seus valores.

Para os moradores daquela comunidade e demais pessoas que acompanham a Companhia Barrica desde o seu começo, não se trata apenas de uma festa popular, mas uma expressão da cultura tradicional ali iniciada, com sentidos, hábitos, regras e comportamentos já internalizados por essas pessoas.

Em suas apresentações, a Companhia Barrica apresenta todo um discurso de resistência e identidade, não podendo deixar de lado a preocupação deles com a comunidade em que nasceram e, alguns, vivem até hoje.

Toda essa autenticidade resulta também em um número crescente de turistas interessados pela cultura do Maranhão no período junino, colocando o estado em evidência, como afirma a Infraero²¹⁵.

Quando nos referimos a uma identidade maranhense, assim nos posicionamos por entendermos que, para se falar de uma maranhensidade, não será preciso, necessariamente, nascer no estado do Maranhão. Tal acontece a partir da assimilação

²¹⁵ <https://g1.globo.com/ma/maranhao/sao-joao/2019/noticia/2019/07/03/dados-da-infraero-apontam-crescimento-do-turismo-no-maranhao-no-periodo-junino.ghml>

de valores culturais e simbólicos, processos que acontecem em todo o país, e não só no Maranhão. (ALMEIDA, 2018, p.201)

Diante do conteúdo exposto, a Companhia Barrica nasceu através de uma rica proposta que se interligam várias formas de expressão artística como canto, dança, literatura, teatro de rua, num processo que já dura 37 anos desde o seu surgimento. O conceito de identidade é voltado para identificação do público maranhense com esse objeto da cultura popular maranhense, uma vez que ele cultiva os valores históricos e culturais desse povo.

5 Procedimentos metodológicos da pesquisa

Através da classificação de Vergara (2007), o tipo de pesquisa será conforme os fins e os meios da pesquisa aqui referente. Quanto aos fins, a pesquisa será exploratória, visto que apesar do tema folkcomunicação está sendo amplamente discutido atualmente, busca-se aprimorar as ideias voltado para análise do objeto de estudo – Companhia Barrica. E, também, será explicativa, com o intuito de tornar o assunto acessível e compreensível para que os próprios moradores da comunidade Madre Deus e demais localidades do Maranhão consigam fazer uso do conceito de identidade abordado na pesquisa.

Quanto aos meios, a pesquisa será bibliográfica, documental. Bibliográfica, porque para a sua fundamentação teórico-metodológica será feita uma investigação em livros, artigos, revistas e online sobre os assuntos: folkcomunicação, identidade, cultura maranhense e Companhia Barrica. Será documental, pois será necessária a busca em documentos da própria Companhia Barrica. Também será realizado um questionário para saber da interação das pessoas da cidade com a Companhia Barrica.

Compreende-se como universo deste estudo a população do estado do Maranhão, visto que esse é o contexto no qual a pesquisa será realizada e é onde encontra-se o público de interesse do trabalho. De acordo com a classificação de Maria Immacolata (2005), a amostra será não-probabilística, uma vez que a Comunidade da Madre Deus possui muitos moradores.

Portanto, de acordo com a representatividade social, será considerado os moradores mais antigos, assim como, brincantes da Companhia Barrica desde a sua fundação, considerando suas particularidades e, também, pessoas que possuem um maior contato com as manifestações folclóricas do estado do Maranhão.

Os dados levantados trarão reflexões a respeito do trabalho que a Companhia Barrica vem desenvolvendo em sua comunidade e seu estado e o quanto esse público possui o sentimento de identificação da Companhia Barrica como um símbolo de identidade maranhense. Toda leitura e extração das entrevistas, permitirá um conteúdo mais detalhado

eficaz na análise dos resultados. A técnica utilizada será análise de conteúdo, que será a base para análise das entrevistas, do questionário e dos fichamentos.

6 Conclusão

Apresentando novamente o conceito de folkcomunicação apresentando por Beltrão, como o “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. (2001, p.79), é perceptível que as indumentárias, as letras das toadas, ritmos e passos de cada coreografia não atuam de maneira individual, e sim, como um todo onde a Companhia Barrica passa a sua mensagem e seu respeito com a Ilha de São Luís e a cultura popular maranhense.

“A ilha, a ilha
Maravilhosa, majestosa, altaneira
São Luís do Maranhão, São Luís do Maranhão
Bumba-meu-boi de São Pedro e do São João”
(A ilha – José Pereira)

É imprescindível citar o papel que a Companhia Barrica vem desempenhando na comunidade em que nasceu e está presente até hoje. Cada espetáculo reflete curiosidades sobre a beleza de São Luís e do Maranhão. Assim como, as lendas, encantos e tradições culturais que também são apresentados nas cores presentes nas indumentárias dos bailarinos. O crescimento da Companhia não se restringe só a ela, mas também aos brincantes, que em maior parte são moradores da comunidade Madre Deus.

Um Maranhão de ritmos, danças, cânticos e tradições... De imensa diversidade cultural. De tambores ecoando por todos os cantos, de folguedos enfeitando as cidades, um Maranhão de gigantesca arte popular. Como fruto desse caldeirão de festas e sotaques, a Companhia Barrica sente-se honrada em lhes revelar esse Maranhão de encantos, como uma caixinha de segredos que o Brasil já não pode mais guardar. (PEREIRA, 2000, contracapa).

Neste artigo foi apresentado os principais pontos do projeto do trabalho de conclusão de curso que surgiu em discussões num grupo de estudos sobre a Folkcomunicação. É um trabalho que está em andamento devido o desenvolvimento da pesquisa, e que por isso está aberto às críticas e sugestões do grupo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Francinete Louseiro de. Rituais e Folkcomunicação: um sistema de comunicação simbólico no São João do Maranhão. / Francinete Louseiro de Almeida. São Luís, 2018.



redefolkcom



BARROS, Antonio. A relação entre o sistêmico e o vivido na comunicação institucional. In: KUNSCH, M.M.K.; KUNSCH, W.L. (Orgs.) Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

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

_____. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCCRS, 2001.

_____. O ex-voto como veículo jornalístico. In: Comunicações e Problemas, Recife: ICINFORM, v.1, nº1, 1965.

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.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos Meios e Mensagens. Rio de Janeiro, Ed. Vozes, 1995. _____.1982. O que é Comunicação. São Paulo, Ed. Brasiliense.

COMISSÃO NACIONAL DE FOLCLORE. Carta do Folclore Brasileiro. Recife: 1995. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/folclore/carta.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2021.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. 2ªed. 5. Reimp. São Paulo: Atlas, 2011.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 12 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HOHLFELDT, Antonio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (Intercom 2002), Salvador, 2002.

HOHLFELDT, Antonio. Novas tendências nas pesquisas da Folkcomunicação: Pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. In: MELO, José Marques de. FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). Metamorfose da Folkcomunicação: antologia Brasileira. São Paulo: Cultural, 2013.

LOPES. Maria Immacolata Vassalo de. Pesquisa em comunicação - 8. ed. - São Paulo: Edições Loyola, 2005.

LUYTEN, Joseph. Conceito de Folkcomunicação. In: QUEIROZ E SILVA, Roberto P. de (org.). Temas básicos de comunicação. São Paulo: Paulinas/Intercom, 1983.

MARQUES DE MELO, José e outros. Comunicação e folclore In: Reflexões sobre temas de comunicação. São Paulo: ECA-USP, 1972.

PAPETE. Os Senhores Cantadores, Amos e Poetas do Bumba Meu Boi do Maranhão. São Luís. Ipsis Gráfica e Editora, 2015.

PEREIRA, José Ribamar de França. O Boizinho Barrica à luz de uma Estrela. São Luís, 2ª edição, 2000.



redefolkcom

XX Conferência Brasileira de Folkcomunicação

São Luís, 29 e 30 de junho, 01 e 02 de julho de 2021 - UFMA

Página 356 de 806



PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.