

AMBIÊNCIAS FOLKCOMUNICACIONAIS EM MERCADOS E CEMITÉRIOS

Caminhos teóricos e metodológicos para estudar os meios de expressão¹

Matheus Schwab²

RESUMO

O artigo tem como objetivo propor um caminho teórico-metodológico para a análise de meios de expressão (Beltrão, 1980, 2001), articulando os fundamentos da Folkcomunicação com a teoria das ambiências (Gumbrecht, 2014; Thibaud, 2018). A metodologia adotada consiste em uma revisão bibliográfica dos campos em questão e do artigo “Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio” de Jesús Martín-Barberó (1981), seguida de uma análise de inspiração etnográfica (Pereira et al., 2021) de dois estudos de caso, o Mercado Ver-o-Peso em Belém (PA) e o túmulo de Joaquim Barreto em Lorena (SP).

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Ambiências; Meios de expressão popular

INTRODUÇÃO

Para Beltrão, é pelos meios de expressão que grupos marginalizados manifestam o seu pensamento e as suas reivindicações, as quais cabe ao pesquisador entendê-los como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir, tantas e tantas vezes discordantes e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes (2001, p. 221). Podendo ser, por exemplo, entretenimentos, folguedos, autos populares, peças de artesanato e artes plásticas como: a queima do Judas, a Serra dos Velhos, o carnaval, a música popular, o mamulengo, o bumba-meu-boi, os ex-votos, as cantorias, e os desafios em verso. Trata-se de um elemento muito presente nos estudos da Folkcomunicação, tanto como conceito, quanto como objeto de estudo.

¹ Trabalho apresentado para o GT 1: Diálogos e Fundamentos Teóricos da Folkcomunicação, integrante da programação da 22^a Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom 2025, realizado de 29 a 31 de outubro de 2025.

² Doutorando em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba, SP (UNISO) e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Cásper Líbero, SP (FCL) Contato: schwab3p@gmail.com.

Entretanto, nota-se que nos estudos posteriores a Beltrão comumente o sufixo “popular” é adicionado ao conceito. Por exemplo, em “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados” (Beltrão, 1980, p. 43, 58-61) e em “Folkcomunicação: um estudo dos agentes populares de informação de fatos e expressão de ideias” (Beltrão, 2001, p. 221-240) o autor descreve o conceito como “meios de expressão”. Mas, por exemplo em “Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões” (Gadini, Woitowicz, 2007, p. 67) e em artigos de pesquisadores consagrados da área (Amphilo, 2012; Maciel, Sabbatini, 2013) o conceito é referido como “meios de expressão popular”. Não se trata aqui de determinar o “certo” ou “errado”, uma vez que, tratam-se de construções teóricas sujeitas a revisões constantes e toda produção acadêmica é situada em contextos históricos específicos. Seria interessante realizar-se um estudo mais aprofundado para tentar encontrar os porquês da adição deste sufixo e seus desdobramentos para o campo de estudos.

Fato é que este caso pode exemplificar e ir ao encontro da ideia de que definir, de forma objetiva e irrevogável, o “popular” é tarefa extremamente complexa. De que “popular” falam os Cientistas da Comunicação? Como ele se expressa? Onde encontrá-lo? Por quem é feito? Estas perguntas estão presentes há no mínimo 40 anos nos periódicos e eventos científicos de Comunicação latino-americana. Apesar de antiga, esta discussão segue necessária. Dentre os muitos textos que abordam o tema, destaco seis deles. Dois livros de Néstor García Canclini: “As culturas populares no capitalismo” (1983) e “Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da Modernidade” (2011); dois artigos clássicos, um do historiador Roger Chartier: “Cultura popular: revisitando um conceito” (1995), e outro de Jesús Martín-Barberó: “Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio” (1981); Por fim, destaco dois textos dentro do universo da Folkcomunicação, sendo o primeiro de Cicilia Maria Krohling Peruzzo: “Culturas Populares na folkcomunicação e na Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa: da decodificação mediática à resistência política” (2021) e o segundo “Ainda existe o popular” de Juremir Machado da Silva (2001) que prefacia a edição da EPUCRS da tese de doutoramento de Luiz Beltrão.

De saída, Chartier (1995) adverte que a "cultura popular" é uma categoria erudita, historicamente tensionada entre modelos redutores que a enxergam ora como autônoma, ora como dependente da cultura dominante. A superação dessa dicotomia exige

reconhecer sua natureza multifacetada. Nessa linha, Peruzzo (2021) a desdobra em manifestações distintas, denominadas por ela como: massiva, folclórica e alternativa. Martín-Barbero (1981) a caracteriza como um espaço heterogêneo, onde o simbólico se sobrepõe ao mercantil. Tais perspectivas convergem com o pensamento de Machado da Silva (2001) e Canclini (1983, 2011) sobre o popular não como uma categoria pura, mas como o resultado de constantes processos de mistura e negociação. Além disso, todos estes autores compartilham da ideia de que compreender e definir o popular é uma tarefa de notável complexidade.

A síntese teórica-metodológica realizada a partir da leitura destes textos, que corroboram com uma natureza multifacetada, processual, relacional e, por vezes, contraditória do "popular", aponta para adoção de um ferramental analítico que transcendia análises dicotômicas, como por exemplo, aquelas puramente discursivas, ou midiática, e dialéticas, como as que posicionam as manifestações do popular mais ou menos próximas ao hegemônico e ao contra-hegemônico. Se os meios de expressão, com ou sem o sufixo popular, são, portanto, fenômenos "entremeados", sua análise pode ser enriquecida por uma abordagem teórica que tenha a complexidade e os "entremeios" fenomenológicos como seu próprio objeto. É neste ponto que a teoria das Ambiências se apresenta como uma via profícua.

As raízes do estudo das ambiências podem ser rastreadas até as reflexões de Walter Benjamin (1987) sobre a perda da "aura" na era da reproducibilidade técnica. Para ele, "aura" trata-se de um sentimento de uma presença única e irrepetível de uma obra. O declínio dessa aura, somado à "intensificação da vida nervosa" na metrópole analisada por Georg Simmel (1979), compõe o pano de fundo para a emergência de uma "virada atmosférica" nas Ciências Sociais. Este movimento contemporâneo é notadamente sistematizado por Jean-Paul Thibaud (2010, 2018), que comprehende a ambiência como uma dimensão sensível da experiência espacial, articulada a partir da percepção corporal e do engajamento sensório com o meio. Para o autor, a ambiência é o espaço-tempo vivido, carregado de qualidades afetivas e perceptivas, que se manifesta como uma totalidade atmosférica e situada, sendo essencial escapar de uma abordagem puramente visual ou intelectualizada do espaço urbano. Como o próprio Thibaud afirma:

Assim, uma ambiência pode ser descrita com a ajuda de um qualificativo que não se aplica a um ou outro componente da situação, mas à situação em seu conjunto. Diz-se de uma ambiência que ela é ‘alegre’ ou ‘triste’, ‘angustiante’ ou ‘prazerosa’, ‘agradável’ ou ‘deprimente’ etc. A ambiência não se reduz em nenhum caso a uma soma de objetos pontuais, de sinais discretos, de sensações sucessivas ou de comportamento individuais; ela unifica e especifica a situação colorindo a totalidade do entorno” (Thibaud, 2018, p. 5).

Já Hans Ulrich Gumbrecht (2014), alemão radicado nos Estados Unidos e com forte formação na teoria literária, insere a noção de ambiência no domínio da “produção de presença”. A ambiência, para Gumbrecht, se relaciona à noção de *Stimmung*, termo alemão que expressa um estado de alma ou um clima afetivo, remetendo a uma atmosfera compartilhada que molda a forma como o mundo se apresenta sensivelmente aos sujeitos. Ele propõe uma mudança de ênfase, da interpretação para a experiência corporal e afetiva. Assim, ambiência em Gumbrecht é também uma forma de sensibilidade compartilhada, marcada por atmosferas afetivas que antecedem ou extrapolam o plano do discurso.

A releitura de textos seminais da Folkcomunicação revela que uma sensibilidade para o que hoje nomeamos como ambiência já se encontrava presente de forma latente. Por exemplo, em uma análise que hoje pode ser lida como um estudo de ambiências *avant la lettre*, Jesús Martín-Barbero (1981) já se debruçava sobre os mercados e cemitérios de Bogotá atentando para elementos atmosféricos: a organização espacial, os ruídos, os silêncios e os fluxos que comunicavam tanto quanto os objetos ali dispostos. Barbero nos mostrava que o popular se expressa no “entorno”, em uma dimensão que antecede, afeta, envolve e projeta.

Durante pesquisa de campo realizada na procissão de Nossa Senhora dos Navegantes em Porto Alegre (RS) em fevereiro de 2025 como parte de minha pesquisa de doutorado, que pretende debruçar-se sobre a relação entre as festas populares e os desastres socioambientais, ao ver as marcas da pior enchente da História, que atingiu a cidade um ano antes, nos pixos dos muros, na casa de bombas e em diversos momentos e locais pelos quais a procissão passou³, a ideia do caminho teórico-metodológico apresentada neste texto começou a se formar. Ocorreu-me a ideia de que os meios de expressão, no caso uma procissão (que pode ser categorizada como popular com base

³ Mais detalhes sobre esta pesquisa na procissão de Nossa Senhora dos Navegantes em Porto Alegre (RS) serão apresentados no INTERCOM 2025.

nos autores que citamos), presentificam elementos Folkcomunicacionais, como no caso as reivindicações contra as autoridades municipais que por falta de manutenção no sistema antienchente contribuíram para o agravamento do desastre, por meio de ambiências. É a partir desta experiência e das reflexões apresentadas até aqui que proponho a noção de Ambiências Folkcomunicacionais. Sob esta ótica revisito os mesmos espaços arquetípicos de Martín-Barberó, o mercado e o cemitério.

Durante trabalho de campo realizado no Mercado do Ver-o-Peso, em Belém do Pará (PA), no mês de junho de 2023, foi possível observar não apenas a presença das dinâmicas econômicas e simbólicas típicas de um mercado, sintetizadas por Canclini (1983) ao lembrar que no mesmo lugar em que se vendem as ervas realizam-se também as consultas. Como também uma ambiência folkcomunicacional de cunho festivo. Em meio às barracas, deparei-me com diversos cartazes relacionados ao Círio de Nazaré, inseridos de forma espontânea no cotidiano do mercado. Ao investigar o entorno, descobri que, a poucos metros dali, aconteciam, em algumas noites de sexta-feira do mês, a “Festa da Feira do Açaí”. Compareci e noite que: ao mesmo tempo em que os feirantes descarregavam o açaí vindo pelos rios do interior, a população local se reunia ao redor, ouvindo samba, dançando e celebrando. Além disso, foi possível acompanhar a realização de um festival de música instrumental no Mercado de Carnes, espaço vizinho ao Ver-o-Peso. Curiosamente, este evento destoava da lógica popular presente nas demais práticas da feira, aproximando-se mais de um formato de megaevento. Assim, embora se esperasse encontrar manifestações tradicionais vinculadas sobretudo à culinária e ao artesanato, foi justamente uma ambiência festiva que emergiu, comunicou e se impôs como marca sensível daquele território.

Já o segundo estudo foi realizado no cemitério público de Lorena (SP), um ano depois, em junho de 2024. Nele, um local de destaque é o túmulo de Joaquim Barreto, um escravizado que se tornou um santo popular e padroeiro dos estudantes da cidade. Apesar de seu túmulo ser enfeitado e visitado, tal qual os casos descritos por Martín-Barberó em seu artigo, a hagiografia do santo popular Lorenense é ainda hoje um mistério. Quase não há relatos sobre ele no que Beltrão (2001) chamava de “sistema ortodoxo de comunicação”. Ainda assim, sua memória é atualizada na oralidade religiosa, os padres locais por vezes o mencionam durante as missas, e recentemente sua figura começou a ganhar espaço nas redes sociais de coletivos, principalmente daqueles

que integram o movimento negro local. Nesse sentido, esta Ambiência Folkcomunicacional comunica uma narrativa de fé e resistência popular que opera à margem do que pode ser compreendido como o sistema ortodoxo de comunicação (Beltrão, 2001).

A partir do exposto, delineia-se um caminho para uma nova proposta teórico-metodológica para o campo: o estudo das Ambiências Folkcomunicacionais. Tal abordagem responde à necessidade de encontrar ferramentas analíticas capazes de lidar com a complexidade e a natureza híbrida dos meios de expressão e dos meios de expressão popular, compreendendo-os não apenas por seu conteúdo, mas pela forma como suas qualidades atmosféricas e sensoriais produzem sentidos. Como próximos passos para a consolidação desta agenda de pesquisa, impõe-se a realização de um aprofundado estado da arte, para além do já identificado, a continuidade das revisões bibliográficas e a condução de novas pesquisas de campo que permitam refinar este modelo analítico.

REFERÊNCIAS

- AMPHILO, M. I. Folkcomunicação e as teorias sociais. **Razón y Palabra**, Quito, n. 80, ago.-out. 2012.
- BELTRÃO, L. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- _____. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
- BENJAMIN, W. A Obra de Arte na Era de Sua Reproduzibilidade Técnica. In: _____. **Obras Escolhidas**, Volume 1: Magia e Técnica, Arte e Política. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 165-196
- CANCLINI, Néstor García. **As Culturas Populares no Capitalismo**. Tradução de Maria Lúcia de Oliveira. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____. **Culturas Híbridas**: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. Tradução de Heloísa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2011.
- CHARTIER, R. Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. Tradução de Anne-Marie Milon Oliveira. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 179-192, 1995.
- GADINI, S. L.; WOITOWICZ, K. J. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.
- GUMBRECHT, H. U. **Atmosfera, ambiência, Stimmung**: sobre o potencial oculto da literatura. Rio de Janeiro: Contraponto; Ed. PUC-Rio, 2014.

MACIEL, B.; SABBATINI, M. **Novas perspectivas de modelos participativos de comunicação pública da ciência e desenvolvimento local:** classificação dos meios da Folkcomunicação científica e tecnológica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J. Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio. In: SIMPSON, M. (comp.). **Comunicación alternativa y cambio social.** México: UNAM, 1981.

PEREIRA, S. L.; RETT, L.; BEZERRA, P. M. Músicas e sons que ecoam pelas ruas da cidade: o evento Paulista Aberta. **E-Compós**, [S. l.], v. 24, 2021. Disponível em:. Acesso em: 20 jun. 2025.

PERUZZO, M. C. K. Culturas Populares na folkcomunicação e na Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa: da decodificação mediática à resistência política. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 20, n. 44, p. 174–203, 2022. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/20838>. Acesso em: 24 jul. 2025.

SIMMEL, G. A Metrópole e a Vida Mental. In: VELHO, O. G. (org.). **O fenômeno urbano.** Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

THIBAUD, J-P. La ville à l'épreuve des sens In: **Ecologies Urbaines.** Olivier Coutard & Jean-Pierre Lévy (eds.), Editions Economica, Paris, 2010, pp. 198-213.

_____. THIBAUD, J-P. Ambiência. Tradução de Sylvia Cavalcante. In: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice A. (Org.). **Psicologia Ambiental:** conceitos para a leitura da relação pessoa- ambiente. Petrópolis: Vozes, 2018. p. 13-25.