

Folkmídia e o Cinema Brasileiro: uma análise do filme Jeca Tatu (1959)¹

Maria Isabel Amphilo²
Sonia Regina Soares da Cunha³

RESUMO

Este artigo apresenta um recorte empírico de uma investigação mais ampla, em desenvolvimento, sobre as contribuições do Cinema Brasileiro para a construção de uma identidade nacional. Embasados na teoria Folkmidiática apresentamos um estudo sobre o filme brasileiro Jeca Tatu, produzido pela PAM, dirigido por Milton Amaral e encenado por Amâncio Mazzaropi, na década de 1950. A metodologia aplicada trabalha interdisciplinarmente os métodos de análise de conteúdo e produção de sentido da peça audiovisual, bem como se apoia nas contribuições teóricas de diversos autores, em especial destacamos a teoria Beltraniana da Folkcomunicação que permite investigar cientificamente as apropriações do folclore e da cultura popular pela mídia hegemônica, em especial pelo cinema. O filme Jeca Tatu apresenta com delicada sutileza, a diversidade cultural brasileira, bem como os regionalismos e as manifestações culturais através dos trejeitos gestuais, do cenário, do figurino e, em especial, pelos diálogos travados entre as personagens, que ressaltam questões importantes da época. Assim, podemos considerar que aqueles agentes sociais elaboram suas identidades a partir das relações cotidianas com os grupos sociais em que participam e interagem coletivamente, podendo portanto, participar de distintas e múltiplas identidades culturais, que podem, ou não necessariamente, estar atrelados ao seu papel social, como ator social.

PALAVRAS-CHAVE: Folkmídia; Cinema Brasileiro; Jeca Tatu; Identidade Cultural.

1. INTRODUÇÃO

A filmografia de Amâncio Mazzaropi⁴ é composta por 32 filmes, em que ele atua, em alguns, e dirige outros. A “série Jeca” perfaz nove filmes⁵, sendo que dois deles sobressaem, sendo: Jeca Tatu (1959) e Tristeza do Jeca (1961), devido à sua importância histórico-social, como também, pela representatividade do *habitus*⁶ (BOURDIEU, 2002) e *modus vivendi* do homem do campo, apresentando a cultura

¹Trabalho apresentado no GT 3: Conteúdos da Folkcomunicação da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

²Pós-doutoranda em Comunicação Social, na Universidade Metodista de São Paulo. Bolsista CAPES/PNPD. E-mail: isabelamphilo@hotmail.com.

³Doutoranda em Comunicação pela Universidade de São Paulo. E-mail: reginacunha@usp.br

⁴A filmografia de Amâncio Mazzaropi foi selecionada em pesquisa presencial na Cinemateca Brasileira (São Paulo) e através da Internet no portal do Museu Mazzaropi. Disponível em: <http://www.museumazzaropi.com.br>

⁵Jeca Tatu (1959), Tristeza do Jeca (1960), Uma pistola pra DJeca (1970), O Jeca e a Freira (1968), Jeca contra o capeta (1976), O Jeca macumbeiro (1974), Jeca e seu filho preto (1978), Jecão...um fofoqueiro no céu (1977), O Jeca e a Égua milagrosa (1980).

⁶*Habitus* é uma categoria elaborada por Bourdieu para identificar a história presente nos corpos sob a forma de um sistema de disposições duradouras. (BOURDIEU, 2002).

caipira, com sua culinária, religiosidade, linguagem, cenário campesino, ditos sapienciais populares, música e expressões típicas do interior de São Paulo.

Para este trabalho, selecionamos o filme Jeca Tatu (1959), por ser um marco na cinematografia de Mazzaropi, apresentando o estereótipo do caipira, inserido em determinado contexto sócio-cultural, do interior de São Paulo, de meados do século XX, em que vieram muitos imigrantes europeus fugindo da 1ª Guerra Mundial, para trabalharem nas lavouras de café. Jeca Tatu apresenta como viviam os camponeses e pequenos produtores rurais em conflito com os grandes latifundiários, que trabalhavam no regime de “meia”, em que o imigrante repartia sua produção com o seu “senhor”.

Inspirado em Urupês, de 1918, conto escrito por Monteiro Lobato e que integra uma coletânea de contos e crônicas, em que o autor, considerado pré-modernista, inaugura um tipo de regionalismo crítico e mais realista, que o pitoresco e fantasioso praticado no Romantismo. A crônica, que dá título ao livro, elabora uma visão depreciativa e estereotipada do caboclo brasileiro, “o fazedor de desertos”, estereótipo contrário à visão romântica dos autores modernistas. Apesar de Monteiro Lobato representar a transição entre o Realismo/Naturalismo e as correntes do Modernismo, o autor se indispôs com os escritores modernistas da primeira geração de 22, que responderam a Urupês com a obra Juca Mulato, de Menotti del Picchia, em que o personagem era descendente de negros e escravos. Enquanto, o Jeca era um personagem de tom moralizante e didático, que também aparece nas obras infantis do autor, além de sua obsessão pela linguagem e gramática.

As filmagens do Jeca Tatu aconteceram na cidade de Pindamonhangaba, interior de São Paulo, na fazenda Sapucaia e “Coruputuba”, gentilmente cedidas pelo seu amigo, Dr. Cicero da Silva Prado. O roteiro do filme foi utilizado, também, como peça publicitária com um texto propagandístico, em que o personagem Jeca Tatuinho, era anêmico e precisava tomar o medicamento “Biotônico Fontoura”, sendo que os direitos autorais pertencentes, na época, ao Instituto de Medicamentos Fontoura S/A, foram cedidos ao filme, conforme agradecimentos nos letreiros iniciais.

2. Movimento de Nacionalização e a construção da Identidade Nacional

A Semana de Arte Moderna (1922), que neste ano completa 95 anos, repercutiu no Brasil e no exterior a necessidade defendida por artistas e intelectuais da época, de se voltarem ao Brasil e torná-lo conhecido ao próprio brasileiro. Era preciso um movimento artístico e literário que respaldasse a formação de uma cultura, de uma

identidade nacional. Dentre os expoentes da Semana de 1922 (como Anita Malfati, Oswald de Andrade, Tarsila do Amaral), Mario de Andrade emerge como um grande idealizador, incentivador e fomentador desse projeto, além da realização de uma viagem com a missão de registrar músicas folclóricas pelo país afora. Na literatura, escreve “Macunaíma”, o herói sem caráter, que apresenta um estereótipo do brasileiro. Macunaíma teve sua adaptação para o cinema, em 1969.

Disto isso, é preciso ressaltar que a formação de uma identidade nacional era um projeto político-ideológico do governo brasileiro, pois com o grande fluxo de imigrantes, o país se tornou uma verdadeira “babel”, de tantas línguas e sotaques distintos. Tanto que houve uma “Campanha de Nacionalização do Brasil”, no Estado Novo, de Getúlio Vargas, com o objetivo de diminuir a influência das comunidades de imigrantes estrangeiros no Brasil e forçar a sua integração junto à população brasileira. Assim, em 1938, a campanha abordou a nacionalização do ensino do português nas escolas, com a proibição de que se ensinassem outras línguas a menores de 14 anos. Já no ano seguinte, em 1939, os imigrantes precisaram aprender a língua portuguesa para se comunicarem em português, pois foram proibidos de falarem outros idiomas em público, inclusive em cerimônias religiosas, sob a fiscalização do Exército, nas “zonas de colonização estrangeiras”. Além da proibição de atividades sócio-culturais e recreativas que estivessem associadas a outras culturas. Era a tentativa de afirmação de uma identidade nacional.

Nesse processo de construção da identidade brasileira, o cinema teve uma importância singular para tornar conhecido ao brasileiro, o seu país, a sua cultura, a sua identidade. Ou seja, quem era o brasileiro naquele mosaico multicultural? Assim, o processo folkmediático de apropriação do folclore pelo cinema tornou-se realidade com as primeiras obras cinematográficas, em que se filmavam as festas populares, conforme registros audiovisuais arquivados na Cinemateca Brasileira (São Paulo).

3. A Folkmídia e a construção das identidades culturais no Cinema Brasileiro

Esta pesquisa segue a continuação de uma trajetória acadêmica que iniciamos no Mestrado, sob a orientação do Prof. Dr. Joseph Maria Luyten, em que produzimos a dissertação: “O Auto da Compadecida: da cultura popular à cultura de massa – uma análise a partir da Folkmídia”⁷. Em que tivemos a oportunidade de investigar sobre os

⁷ AMPHILO, Maria Isabel. O Auto da Compadecida: da cultura popular à cultura de massa – uma análise a partir da folkmídia. SBC, SP: UMESP, Dissertação defendida em 18 fev 2003.

processos comunicacionais de transcodificação midiática (dos folhetos de cordel (popular) para o teatro (erudito); do teatro para a televisão (massivo); e da televisão para o cinema); bem como, sobre as apropriações do folclore e da cultura popular pelo audiovisual. E é nessa linha de investigação que gostaríamos de seguir nessa pesquisa sobre as contribuições do folclore e da cultura popular para o cinema brasileiro, como também, vice-versa, corroborando para a dialogia social sobre temas abordados.

Segundo os analistas sociais brasileiros, desde há quatro décadas, pelo menos, os sinais marcantes da situação nacional são a oposição entre Estado e Nação, entre as elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os usuários das mensagens intercambiadas pelos canais convencionais e os públicos cegos e surdos a tais veículos, que constituem uma maioria aparentemente muda e inoperante. (...) No entanto, continuamos na mesma situação de 1930: não se tem procurado pesquisar sistematicamente a maneira pela qual o povo reage às sugestões que lhe são feitas. (BELTRÃO, 2001: 155,157).

Luiz Beltrão buscava em autores da sociologia brasileira, como Gilberto Freyre e Edison Carneiro, o respaldo para afirmar que havia uma brecha nos processos comunicacionais brasileiros, ou seja, ruídos que impediam que o povo respondesse positivamente às sugestões expostas pelos veículos de comunicação. Essa brecha, de certa maneira, foi abordada pelo cinema que, sob o viés da denúncia, apresentou ao governo, às elites e ao povo, o “Brasil real”, através de obras cinematográficas, como, por exemplo, “Cinco vezes Favela”.⁸

O “levar cultura ao povo”, expresso através de algumas das políticas culturais empreendidas no início das atividades do CPC, é revelador na medida em que apresenta cultura e povo como entidades distintas e afastadas, quando não opostas, dá lugar a um novo sentido para a cultura popular, entendida como meio de expressão popular extremamente fecundo, passível – por parte dos estudantes, intelectuais e artistas da classe média – de apreensão e assimilação. (SOUZA, 2003: 157).

O objetivo do CPC de “levar cultura ao povo”, expressa nas políticas culturais, revelava, de certo modo, uma discrepância ao apresentar cultura e povo como entidades dissociadas, que, posteriormente, deu lugar a um novo sentido de cultura popular, considerando-a como meio de expressão popular. Através da Folkcomunicação, que é o “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através dos agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore” (MARQUES DE MELO, 2001: 30); analisaremos os processos comunicacionais expressos nas obras cinematográficas selecionadas para a investigação, que buscará

⁸ Filme brasileiro produzido em 1962, pelo Centro Popular de Cultura CPC, com direção de Marcos Farias, Miguel Borges, Cacá Diegues, Joaquim Pedro de Andrade e Leon Hirszman.

mostrar o importante trabalho de recriação artística de manifestações folclóricas e da cultura popular, transcodificando-as e transformando-as em obras de arte cinematográfica, sem perder a sua essência identitária e cultural, que proporciona o alto teor de comunicabilidade das obras.

Para CÂMARA CASCUDO (1998: 400), “o folclore é a cultura popular, tornada normativa pela tradição [...] qualquer objeto que projete interesse humano, além de sua finalidade imediata, material e lógica, é folclórico”. Assim, o autor explica que “o folclore deve estudar todas as manifestações tradicionais na vida cotidiana”. Pesquisar sobre as apropriações do folclore pelo cinema brasileiro é de uma riqueza inestimável, devido à importância dos registros folclóricos realizados, bem como, de suas apropriações e recriações artísticas, visando à difusão e o conhecimento das nossas identidades culturais, como também, a contribuição para a formação de uma identidade cultural brasileira.

Amâncio Mazzaropi tornou-se ícone do cinema brasileiro, devido à importância singular de suas obras cinematográficas, que “beberam” nas fontes do folclore e da cultura popular criando e recriando obras de valor inestimável para a cultura brasileira, entre elas destacamos para este artigo o filme Jeca Tatu (1959). Suas obras se tornaram referências do cinema brasileiro, devido à apropriação e projeção do cotidiano rural, algumas vezes, o urbano e, poucas vezes, o urbano, num veículo de comunicação de massa que é o cinema, mas ao mesmo tempo, pela sua importância em contribuir com a dialogia social, devido aos temas abordados, como: a fome, a miséria, a cultura de raiz, a música caipira, o *habitus* (BOURDIEU, 2002) e o *modus vivendi* do homem caipira, personificados por Mazzaropi, na figura do Jeca Tatu. Em seus filmes podemos identificar a realidade caipira, suas adversidades, além sua relação conflitiva com os grandes latifundiários, além do contato com o urbano.

4. “A cultura é a soma total da criação humana”

O *habitus* (BOURDIEU, 2002) é um conceito importante, porque ele condiciona o comportamento dos atores sociais, de acordo com o grupo social do qual fazem parte. Os atores sociais estão inseridos em determinados campos sociais e tem a posse de certos capitais para sobrevivência, como capital social, político, econômico, cultural, enfim, e esses capitais posicionam o ator social no espaço social. Então, os atores sociais possuem cada qual seu lugar, num sistema de posições que, na realidade, são sistemas de forças, de lutas por mudança de posição no espaço social, assim ocorrem as

lutas simbólicas e o ator social se identifica com uma determinada classe social para atuar (GONZÁLEZ, 2001). Essa relação de forças é percebida no filme, através do personagem de Giovani, o italiano, que estabelece uma relação conflituosa com Jeca. É o que ocorre com o líder de opinião, no sistema de comunicação popular, ou seja, na Folkcomunicação.

Portanto, é preciso construir o espaço social como estrutura de posições diferenciadas definidas, em cada caso, pelo lugar que ocupam na distribuição de um tipo específico de capital. Nessa lógica, as classes sócias são apenas classes lógicas, em teorias e, se pode dizer assim, no papel, pela delimitação de um conjunto - relativamente - homogêneo de agentes que ocupam posição idêntica no espaço social; elas não podem se tornar classes mobilizadas e atuantes, no sentido da tradição marxista, a não ser por meio de um trabalho propriamente político de construção, de fabricação – no sentido de que E. P. Thompson fala em *The making of the English class* - cujo êxito pode ser favorecido, mas não determinado, pela pertinência a mesma classe sociológica (BOURDIEU, 1996, p. 29).

A categoria Espaço Social defendida por BOURDIEU (1996) revela um sistema de posições já existente na sociedade, ou seja, cada cidadão nasce em um lugar social ocupado. Para o autor o espaço social é um campo de relações de forças, em que se estabelecem as relações de comunicação, ou de interação simbólica, visto que as relações de comunicação estão intrinsecamente relacionadas às relações de poder em luta pela hegemonia.

A tradição marxista privilegia as funções políticas dos “sistemas simbólicos” em detrimento da sua estrutura lógica e da função gnoseológica (ainda que Engels fale de “expressão sistemática” a respeito do direito); este funcionalismo – que nada tem de comum com o estruturo-funcionalismo à maneira de Durkheim ou de Radcliffe-Brown – explica as produções simbólicas relacionando-as com os interesses da classe dominante. (...) A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes); para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções. Esse efeito ideológico, produ-lo a cultura dominante dissimulando a função de divisão na função da comunicação: a cultura que une (intermediário de comunicação) é também a cultura que separa (instrumento de distinção) e que legitima as distinções compelindo todas as culturas (designadas como sub-culturas) a definirem-se pela sua distancia em relação à cultura dominante (BOURDIEU, 2002: 10-11).

Essa distinção entre a cultura dominante e as demais sub-culturas encontra-se presente em diversos períodos da história. Conforme Arthur Ramos (*apud* MARQUES DE MELO, 1998: 185), “a cultura é a soma total da criação humana. É tudo o que o

homem faz ou produz, no sentido material ou não-material”. Assim, a noção de cultura funde-se com a noção de sociedade, porém, ao mesmo tempo em que ela tem o poder aglutinador, realiza a distinção, sendo sub-dividida entre fragmentos de cultura (cultura erudita, cultura popular, cultura de massa e a cibercultura). Deve-se levar em consideração, porém, o movimento não somente cíclico entre os conteúdos dessas culturas, mas, por vezes, dialético nos produtos culturais. Desta forma temos as ecologias simbólicas que se referem ao *habitus* e *modus vivendi* de um indivíduo inserido numa realidade social e cultural, com suas representações simbólicas e maneiras de expressar suas idéias e opiniões, a partir do seu lugar social e do seu capital simbólico. Uma comunidade tem a sua ecologia simbólica e sua ecologia da comunicação. A partir das relações que se estabelecem entre os indivíduos e suas representações sociais e culturais, também se estabelece uma ecologia da comunicação. Ou seja, se estabelece um sistema comunicacional entre um ser humano e outro, entre grupos unidos por ideais e valores comuns, ou entre os indivíduos e a máquina. O mundo caipira tem sua ecologia simbólica, com ditos populares, religiosidade popular, expressões típicas, culinária específica e maneiras de ser e ver o mundo, que só é possível compreender na convivência social, evidenciados no filme analisado.

Así la ecología de la comunicación establece un puente entre la teoría de la comunicación y ecología humana, y se refiere a la relación comunicativa y acción transformadora a partir de la coordinación de acciones que existe entre un individuo y su entorno, o entre una o varias redes sociales (MAASS, 2007: 257).

A ecologia da comunicação foi elaborada por Fue Claus EURICH (1980), que a definiu como sendo a “capacidad de la interacción con una visión de conjunto”⁹. Porém, ROMANO (*apud* MAASS, 2007: 257) a compreende de maneira mais ampla, como sendo “las formas duraderas de comunicación compatibles con el ser humano, la sociedad, la cultura y el medio natural”. Assim, a ecologia da comunicação implica em uma comunicação coletiva, é um trabalho coletivo, de códigos e sinais inteligíveis a ambas as partes e ao grupo, ou seja, implica em uma atitude comunicativa, uma atitude dialógica, com conceitos que de totalidade, interdependência, relação, destino comum, bem comum, atitude holística, aberta e não excludente. A partir desse referencial teórico-conceitual para buscar traçar uma análise do filme Jeca Tatu que projetou no cinema, a cultura popular e o folclore brasileiro. A projeção do folclore na cultura de massa foi abordado por Roberto Benjamin, afirmando que a Folkcomunicação é “a

⁹ “capacidade de interação com visão de conjunto”. (Trad. da autora).

apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore) – produção e efeitos da mensagem” (BENJAMIN, 2000: 16). Joseph Luyten afirma que:

Como o termo “Folkmídia” nesta acepção é apresentado mais como um sinônimo de “Folkcomunicação”, achamos nós que é melhor usá-lo para uma situação que se torna cada vez mais frequente em todo o mundo e que consiste na interação entre os meios de comunicação de massa e a folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares. (LUYTEN, 2002: 2).

Assim, compreendemos “Folkmídia como o processo de inter-relação e de intercâmbio de informações entre os *mass media* e a cultura popular” (AMPHILO, 2003: 19). Identificando a existência de um processo de alto valor comunicacional devido a elementos folclóricos e da cultura popular, como também do cotidiano, que são reproduzidos de maneira inteligível ao povo daquele determinado contexto cultural, necessitando, algumas vezes, da presença de um folkcomunicador, que é um especialista em folclore e cultura popular, para realizar o processo de compreensão de entendimento das mensagens transmitidas ao receptor. Assim afirmamos que “o que se estuda na Folkmídia é a influência recíproca e a relação entre a cultura folk e a cultura de massa” (AMPHILO, 2003: 59). Vale ressaltar, que essa inter-relação não era aceitável pelos folcloristas, que temiam no processo de transcodificação midiática, a perda da essência das manifestações culturais, costumes e da cultura de raiz.

Os folcloristas conservadores consideravam inaceitável essa imbricação entre a cultura do povo e os meios massivos de comunicação. Eles temiam a destruição dos valores genuínos das manifestações tradicionais pelo conteúdo modernizantes das indústrias midiáticas. (MARQUES DE MELO, 2001: 82)

5. Ser e Estar no mundo da vida: a busca pela identidade

Esta pesquisa, que será realizada a partir da Folkmídia, é inédita e pretende averiguar apropriações do folclore e da cultura popular pelo cinema, como também, as contribuições do Cinema brasileiro para a construção de uma identidade nacional, considerando a diversidade cultural brasileira, bem como os regionalismos, as manifestações culturais projetadas no cinema e o diálogo social de temas importantes. Para Stuart HALL (1996: 70):

As identidades culturais são pontos de identificação, os pontos instáveis de identificações ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e história. Não uma essência, mas um posicionamento. Onde haver sempre uma política da identidade, uma política de posição, que não conta com nenhuma garantia absoluta numa “lei de origem” sem problemas, transcendental.

A partir dessa concepção de Hall, podemos inferir que há uma relação entre o essencialismo, que é necessário à sobrevivência das comunidades imaginadas, e o construtivismo, que compreende a identidade cultural através da diferença, numa relação dialógica não-definitiva. Ou seja, lançando mão de Bourdieu (1989), a cultura é estruturada, mas também é estruturante, pois está sempre em movimento, atualizando-se, numa perspectiva dialética de recomposição. Dessa maneira, temos duas perspectivas na questão das identidades culturais: a que essencializa as posições identitárias, de maneira estabelecida; e a outra, que permite uma relação construtivista. Ou seja, há uma perspectiva em que a identidade cultural faz parte da cultura, advinda de sua natureza hereditária, portanto definitiva. Porém, na abordagem culturalista a herança biológica não é determinante, mas sim a socialização do indivíduo em determinado grupo social. Assim, uma pessoa nascida na Itália poderia se adaptar e absorver a identidade cultural brasileira, na convivência com uma família, aprendendo e absorvendo sua identidade cultural. É preciso ressaltar, também, que há uma relação estreita entre a concepção de cultura e de identidade cultural, como adverte Denis Cuche (1999: 179):

Há uma estrita relação entre a concepção que se faz de cultura e a concepção que se tem de identidade cultural. Aqueles que integram a cultura como uma “segunda natureza” que recebemos de herança e da qual não podemos escapar, concebem a identidade com um dado que definiria de uma vez por todas o indivíduo e que o marcaria de maneira quase indelével. (...) Em uma abordagem culturalista, a ênfase não é colocada sobre a herança biológica, não mais considerada como determinantes, mas na herança cultural, ligada à socialização do indivíduo no interior de seu grupo social.

Para Zygmunt BAUMAN (2005), a busca pela identidade advém da necessidade de segurança de um sentimento de pertença a uma comunidade, com um desejo existencial de “ser” e “estar no mundo”, tornando-se parte de um grupo societário. Porém, essa perspectiva traz certa ansiedade, pois se por um lado há essa perspectiva fixa da identidade, ou seja, nasci em uma região do país e estou presa à identidade cultural dessa determinada região, que coloca o indivíduo numa perspectiva fixa e não-mutável. Mas, a partir da perspectiva da “modernidade líquida”, que defende Bauman: “Em nossa época líquido-moderna, em que o indivíduo livremente flutuante, desimpedido, é o herói popular, estar fixo” – ser identificado de modo inflexível e sem alternativa – é algo cada vez mais malvisto” (BAUMAN, 2005: 35). E esse desconforto provocado pela “modernidade líquida”, em que o indivíduo não se prende a nada, está

“livremente flutuante”, como ele coloca, “estar fixo” torna-se algo malvisto, ou seja, aquele que admite uma identidade fixa e inflexível, não é aceito na modernidade líquida. Vale ressaltar, que a modernidade não agrada o caipira, ao contrário, ele é resistente a qualquer tipo de modernidade, recebendo sempre com desconfiança e desagrado às sugestões de avanço e progresso, pois para ele isso ameaça a ordem natural do seu mundo, da realidade do campo. Para o caipira, lhe agrada a tradição, a cultura de seus pais, suas origens, o que é feito e pensando a partir dos antepassados. Isso lhe agrada. Ele é resistente à modernidade e a pós-modernidade, não lhe é aceitável em seus conceitos e valores. Mas, o que poderia provocar esse desequilíbrio das identidades? Talvez o acesso à informação em âmbito global, como também, o trânsito de indivíduos em diferentes culturas, ou quem sabe, o acesso a produtos simbólicos das culturas pelas quais esses indivíduos estiveram inseridos em determinado tempo, como por exemplo, uma experiência mudança para outra região, país e, conseqüentemente, outras culturas e identidades culturais distintas. Diante dessa fragmentação identitária, torna-se importante o retorno ao essencialismo, o retorno ao grupo de origem para recuperar a sensação existencial de identidade. (Quem eu sou? De onde eu vim? Qual é minha identidade? Qual é meu grupo de pertença?)

GARCIA CANCLINI (2006: 174) admite, a partir da multiculturalidade latino-americana, a perspectiva de um “espaço sociocultural latino-americano no qual coexistem diversas identidades e culturas”. Para o autor, embora em algumas regiões e situações existam interesses em confronto, perde força a busca de uma cultura latino-americana. Dando lugar a coexistência de identidades distintas, numa a perspectiva multicultural.

Jorge González (2001), seguindo a perspectiva de Bourdieu, elaborou a teoria das frentes culturais, que seriam as disputas e confrontos, em grupos e sociedades, por espaços simbolicamente ocupados. Como, por exemplo, quando o Prefeito da cidade de São Paulo, João Dória, ordenou que se apagasse o maior mural de grafite da América Latina, localizado na Av. 23 de maio, na capital de São Paulo (ALESSI, 2017). Houve um desconforto social na cidade, principalmente, pela destruição de uma obra de arte popular, com a participação de diversos artistas populares, que trabalham com grafite, no Brasil e no exterior. Situação em que pode se identificar como “violência simbólica”, pois um espaço simbolicamente ocupado pela arte popular foi apagado e destruído, sem a possibilidade de um diálogo social sobre o tema.

Manuel CASTELLS (1999) trabalha a questão das identidades, a partir de um caráter múltiplo e fragmentário das identidades. Ele admite que a identidade de um indivíduo pode abarcar múltiplas identidades. Nessa perspectiva, porém, Castells faz a distinção entre identidades e papéis sociais (como a mãe, por exemplo). Assim, as identidades são fontes de significados para os atores sociais, que desempenham um papel na sociedade. Nessa linha, Castells expõe três categorias de identidades partindo das identidades construídas a partir das relações de poder, sendo: 1. Identidade legitimadora, de caráter essencialista; 2. Identidade de resistência, que representam os grupos contra-hegemônicos; e 3. Identidades de projeto, que seguem a perspectiva construtivista das identidades, em que os atores sociais “constroem uma nova identidade”, redefinindo sua posição na sociedade.

Não é difícil concordar com o fato de que, do ponto de vista sociológico, toda e qualquer identidade é construída. A principal questão, na verdade, diz respeito a como, a partir de quê, por quem e para quê isso acontece. A construção de identidades vale-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, instituições produtivas e reprodutivas, pela memória coletiva e por fantasias e por fantasias pessoais, pelos aparatos de poder e revelações de cunho religioso. Porém, todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social (CASTELLS, 1999: 23).

Dessa maneira, Castells concorda, a partir dos estudos sociológicos, com o princípio de análise construtivista, em que as identidades são construídas. Mas, por que? e como isso acontece? Na verdade, os indivíduos constroem suas identidades a partir das suas relações do cotidiano, dos grupos societários de que participam, na sua interação social no cotidiano (CERTEAU, 2000). Assim, um indivíduo pode participar de distintas e múltiplas identidades culturais no seu cotidiano, que podem, ou não necessariamente, estar atrelados ao seu papel social, como ator social.

Embora, a questão das identidades culturais seja algo não totalmente definido, há uma certa concordância em pesquisas sobre a sua importância, principalmente em torno das questões de conflitos sócio-culturais, em que as identidades têm um papel fundamental na construção do indivíduo e da participação deste na sociedade.

6. Análise Folkmidiática do filme Jeca Tatu

Jeca Tatu (1959) foi encenado pelo ator e diretor Amâncio Mazzaropi, na sua própria produtora de filmes, Produções Amâncio Mazzaropi PAM, tendo como cenário de fundo a cidade de Pindamonhangaba, interior de São Paulo. Jeca Tatu traz uma

proposta de um cinema de autor, em que podem ser identificados os seguintes elementos: a linguagem caipira, o contexto identitário do homem do campo, o espaço geográfico rural do interior de São Paulo; e, sob uma perspectiva de denúncia, uma situação de pobreza e privações pelas quais passavam o homem do campo, no contexto rural, com dificuldades de cunho econômico, educacional, habitacional e de saúde. O filme mostra o cotidiano do homem do campo, em toda sua simplicidade, que vive numa casinha de pau-a-pique e coberta de sapê, numa vivência comum com os animais, em que se veem galinhas pela casa e uma interação com os animais e a natureza, que entendemos ser de origem indígena, devido à sua capacidade natural de interação. O contexto vivencial do filme apresenta-nos uma família de mestiços índio/negro (mulher) com um imigrante italiano, que vivem num sítio pobre, no interior de São Paulo, reconhecidamente pela linguagem caipira e pela caracterização das personagens, que apresentam certos elementos, que se tornaram representativos do estereótipo caipira, sendo a caracterização do personagem principal, o Jeca: a utilização do chapéu, para se proteger do sol ao trabalhar na lavoura, vestindo roupas remendadas, denotando a condição de pobreza (reuso das peças) e as calças compridas, mas com barra acima do tornozelo, jocosamente chamadas de “pula-brejo” (não ficavam sujas quando Jeca precisava passar por lugares sem asfalto, cheios de lama). Entre os apetrechos havia um cachimbo para fumo de corda, muito comum no interior. No físico apresentava bigodes, utilizados pelos homens na época com os pés descalços, em muitas ocasiões, revelando as dificuldades financeiras. A personagem feminina desenvolvida pela figura materna usava um lenço na cabeça, comum entre as mulheres do campo e vestia um vestido largo comprido, bem abaixo dos joelhos (recato próprio da época), sobreposto pelo avental de cozinha e calçava chinelos. A filha única do casal, usava um vestido simples e os cabelos trançados, de comportamento tímido e de pouco sorriso, sendo a timidez o estereótipo na época para as moças do campo. E o cachorro vira-lata, companheiro inseparável das aventuras do protagonista do filme. Os elementos representativos da cultura popular estão presentes não somente através da linguagem e do modo de vestir, mas também, através da constante presença de ditos populares. A sabedoria popular está muito presente, em vários momentos em que o Jeca, lança mão da sabedoria popular, para buscar uma resposta às situações adversas.

Apesar do sucesso de público – Mazzaropi lotava salas de cinema com os filmes sobre o cotidiano do homem do campo – seu trabalho era ignorado pela crítica

mediática. O cineasta somente teve seu trabalho reconhecido e valorizado por sua capacidade artística, no final da década de 1970.

A partir de uma análise folkmediática o filme revela uma representação de várias situações do cotidiano da vida no campo. Desde o espaço da casa, um cenário simples, de chão batido, as paredes de pau-a-pique, e a situação de fome, revela-nos uma vida que é enfrentada com coragem pela mulher, mas de uma certa “moleza”, ou preguiça, pelo personagem principal, que aproxima-se ao pícaro ibérico, que precisa ser esperto pra vencer a fome. O personagem preserva o caráter honesto e simples, perfazendo o trajeto do herói, da novela picaresca ibérica, em podemos aproximá-lo ao “Grilo”, com alguns caracteres comuns, em que o pícaro tem uma certa dependência financeira de um “senhor”, que no filme seria o personagem do italiano, Giovani. Se ele não consegue vender, não tem dinheiro pra comprar mercadorias e alimentos na venda do português. Assim, a liberdade está condicionada, pois beira à malandragem, devido à preguiça, que remete a descrição da personagem Macunaíma ao expressar: “Ai que preguiça!” Ou seja, ele trabalha o suficiente pra viver, mas muitas vezes chega a faltar, pois o português não vende enquanto não quitar o débito, então propõe a venda do sítio do Jeca, em troca do pagamento da dívida para poder liberar a venda de alimentos, que embora desconfiado, acaba aceitando a proposta.

Jeca apresenta-nos a figura representativa estereotipada do caipira, com sua personalidade honesta, de caráter, simples e sem malícia, mas com uma esperteza de que depende sua sobrevivência. O personagem revela a sabedoria popular, através dos ditados populares e sua fé, por algumas falas em que invoca a Deus, em toda sua simplicidade. O comportamento e as atitudes do Jeca frente às suas adversidades dialogam com o espectador em sua maneira de ver o mundo e reagir nas situações vivenciais. Aparece o comprador de fazendas, tipo oportunista, vigarista e malandro, que tenta corromper o protagonista, que aproxima-se ao tipo grotesco do Corcunda de Notre Dame, porém, sua aparência física não é grotesca, mas bem apresentável. O tempo histórico-social está relacionado ao contexto de meados do século XX, relacionado com a vinda de imigrantes italianos, que fugiram da guerra e chegaram ao Brasil para trabalharem nas lavouras de café, no interior de São Paulo e em outras partes do Sudeste e Sul do Brasil.

A cena em que o Jeca conversa com o italiano, aos 50's do filme, mostra sua nobreza de caráter, quando diz que ele é um homem honrado e honesto e tem pena do

italiano, por ter destruído a casa do Jeca, de tanta maldade no coração. Jeca parece desapegado materialmente, pois ao ver a casa incendiada, ele sai caminhando com seu cachimbo carregando no colo, seu fiel cachorro. O Jeca apresenta para o público como valores: a família; a religiosidade; a honestidade; a dignidade; a simplicidade; a solidariedade; a compaixão e a honra; que busca preservar, quando vende a casa pra pagar as contas e quando tenta defender a honra de sua filha, botando pra correr o filho do italiano, interessado na moça. A esperteza quando aparece, destaca-se na luta pela sobrevivência e nessa questão, aproxima-se ao pícaro ibérico, característica do personagem Grilo, que, no Brasil, o personagem aparece como João Grilo, que advém da literatura de cordel ibérica e que toma características brasileiras, com linguagem característica dos autores regionalistas, usando termos específicos regionais: é franzino, fraco e anêmico (problemática social da fome) contudo revela a fé e força para lutar pela sobrevivência, perfazendo o trajeto do herói, pois o objetivo é alcançar o sustento da casa.

REFERÊNCIAS

ALESSI, Gil. Sob pressão, gestão Doria antecipa programa de grafite e se contradiz sobre 23 de Maio. In: **El País**, Cultura, Arte Urbana, SP, 26 jan 2017. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2017/01/26/cultura/1485454560_642798.html Acesso em: 2 abril 2017

AMPHILO, Maria Isabel. **O Auto da Compadecida**: da cultura popular à cultura de massa – uma análise a partir da folkmídia. SBC: UMEP, 2003. Dissertação de Mestrado defendida em 18.fev.2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**. Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. EDUPURS e FAMECOS, Coleção. Comunicação nº 12, Porto Alegre, 2001.

BENJAMIN, R. **Folkcomunicação: no contexto de massa**. João Pessoa, PB: Ed. CCHLA/UFPB, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. RJ: Bertrand Brasil. 2002.

_____. **Razões Práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

CÂMARA CASCUDO, Luís. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. 1998.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. **La invención de lo cotidiano**. 1. Artes de hacer. El oficio de la História. Ed. UNIBERO, Mexico, 2000.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. SP: EDUSC, 1999.

GARCIA CANCLINI, Nestor & FERIA, Ernesto Piedras. **Las industrias culturales y el desarrollo de México**. Mexico: Siglo XXI - FLACSO, 2006.

GIMENEZ MONTIEL, Gilberto. La violencia en México a la luz de las ciencias sociales. Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM, 2016.

GONZÁLEZ, Jorge A. **Más (+) Cultura (s): ensayos sobre realidades plurales**. México: Pensar la cultura, 1994.

_____. Frentes Culturales: para uma compreensão dialógica de las culturas contemporáneas. In: **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**. Época II. vol. VIII. Núm. 14, Colima, diciembre 2001, pp. 9-45.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. RJ: DP & A Editora, 1996.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia, nova acepção da palavra. In: **ANAIS** do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Salvador, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos**. São Paulo, Ed. Vozes, 1998.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Mídia e folclore: o estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. Cátedra Unesco/UMESP/ Faculdades Maringá, 2001.

MAASS, Margarita, GONZÁLEZ, Jorge; AMOZURRUTIA, José. **Cibercultur@ e iniciación en la investigación**. México: CONACULTA, 2007.

SOUZA, Miliandre Garcia. Cinema Novo: a cultura popular revisitada. In: **História: Questões & Debates**, nº 38, Ed. UFPR, 2003.

FICHA TÉCNICA: JECA TATU (1959 – PB – 95 min. Idioma: Português) Direção: Milton Amaral. Produção: PAM Filmes. Roteiro: Milton Amaral. Elenco: Mazzaropi (Jeca), Geny Prado (Jerônima), Roberto Duval (Vaca Brava), Nicolau Guzzardi (Seu Giovanni), Nena Viana (Dona Baratinha), Marlene França (Marina), Francisco di Franco (Marcos), Miriam Rony Tina (Esposa de Giovanni), Marlene Rocha, Pirolito, Marthus Mathias, Hamilton Saraiva, José Soares, Hernani Almeida, Homero Souza Campos, Eliana Wardi, Marilu, Garampito, Augusto César Ribeiro, Argeu Ferrari, Claudio Barbosa, Humberto Barbosa, Newton Jaime S. Amadei. Gênero: Comédia. No filme são apresentados os seguintes números musicais: Ave Maria, de Vicente Paiva e J. Redondo, cantada por Lana Bittencourt; Tempo para amar, de Fred Jorge e Mário Genari Filho, com os irmãos Tony Campello e Cely Campello; Estrada do Sol, de Antonio Carlos Jobim e Dolores Duran, com Agnaldo Rayol; Fogo no Rancho, de Elpidio dos Santos e Anacleto Rosa, e Pra mim o azar é festa, de João Izidoro Pereira e Ado Nenatti, ambos cantados por Mazzaropi.

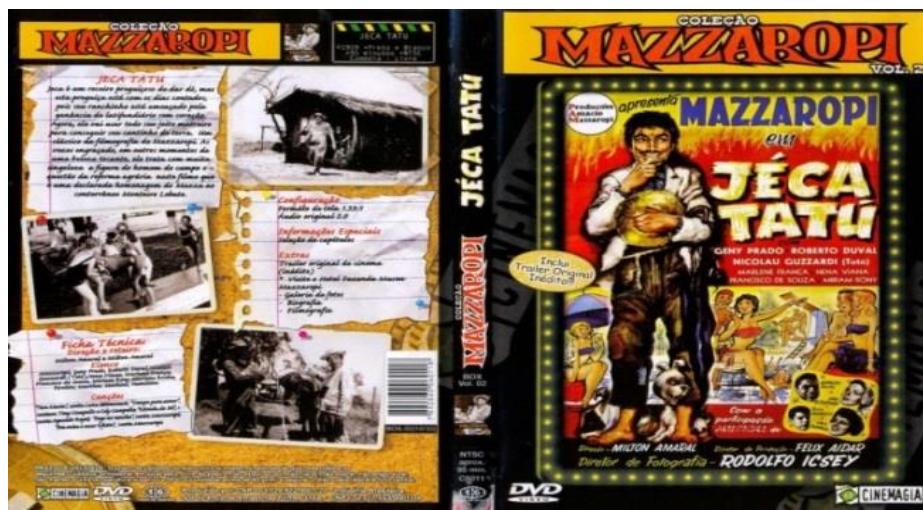


Figura 1: Ilustração da capa do DVD do filme Jeca Tatu