
Cultura popular e a comunicação no maracatu.org.br

Popular culture and communication in maracatu.org.br

DAIRA MARTINS BOTELHO¹

Resumo: A cultura popular tem se transformado ao longo dos séculos. Apesar de manter suas tradições e perpetuar seus costumes, tais práticas sociais têm encontrado novas formas de disseminação para o além-fronteiras, como a internet. Assim, a cultura popular encontra outro caminho para dar continuidade as suas tradições, passando da oralidade para o uso das tecnologias, se apropriando da internet para mostrar e cultivar suas manifestações, além de chegar a um maior número de pessoas. Um exemplo dessa transformação é o maracatu.org, um site que abriga nações e grupos de Maracatu de Baque Virado. Criado em 2009, o site tem sido referência para os brincantes de maracatu, que conseguiram maior contato entre os próprios grupos e também com os espectadores. A internet se mostrou uma ferramenta eficaz no sentido de agregar os grupos e criar um espaço de divulgação e diálogo.

Palavras-Chave: Comunicação. Cultura popular. Folkcomunicação. Maracatu.

Abstract: Popular culture has been transformed over the centuries. While retaining its traditions and perpetuate their customs, such social practices have found new ways to spread even beyond the borders, such as the Internet. Thus, popular culture is another way to continue their traditions, from orality to the use of technologies, appropriating the internet to show and cultivate its manifestations, and reach a larger number of people. An example of this transformation is the maracatu.org, a site that is home nations and groups of Maracatu do Baque Virado. Created in 2009, the site has been reference to the players of maracatu, who managed to increased contact between the groups themselves and with the audience. The internet has proved an effective tool to aggregate groups and create a space for dissemination and dialogue.

Keywords: Communication. Popular culture. Folkcomunicação. Maracatu.

INTRODUÇÃO

A GLOBALIZAÇÃO, SEGUNDO Hall (2002), teve seu surgimento entre 1970 e 1980; no entanto há divergência entre pesquisadores acerca da precisão da data, até porque, por tratar-se de um fenômeno, é de difícil definição e pontuação –, potencializou a massificação mundial, trazendo questões relacionadas à identidade e pertencimento, exploradas nos estudos de Néstor Garcia Canclini (1996, p. 61): “Vivemos um tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunidades

1. Doutoranda em Comunicação na Universidade Estadual Paulista – UNESP. E-mail: dairarmb@yahoo.com.br.

fluídas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber”.

Os impactos citados por Canclini encontram uma resposta na formulação de Hall, que afirma que um dos pontos principais da globalização é a “compressão do espaço-tempo”: “(...) a aceleração dos processos globais, de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância” (HALL, 2002, p. 69).

Nesse contexto, a globalização, com o auxílio das tecnologias de informação, trouxe novas características para o mundo: a potencialização das redes e da comunicação explode e os indivíduos estão cada vez mais conectados devido ao advento da tecnologia, que cresce exponencialmente; a possibilidade de maior interação entre os indivíduos dá à população a sensação de inclusão e participação nessa nova sociedade mundial; a oferta da cultura do outro, tornando o mundo multicultural (MARQUES DE MELO, 2008).

Diante do panorama que a globalização apresenta, é possível ser enfático ao dizer que não se trata, senão, de mais um conceito que remete à exclusão, já que está diretamente ligado ao capital. Questão exposta claramente nos estudos de Milton Santos (2001), nos quais o autor trata do fenômeno descrito acima como “Globalitarismo”, afirmando o caráter totalitário com o qual o novo sistema se instaurou na sociedade.

Já Hall traça indicativos acerca da globalização em relação ao aspecto geográfico, pois “a globalização é muito desigualmente distribuída ao redor do globo, entre regiões e entre diferentes estratos da população *dentro* das regiões.” (HALL, 2002, p. 78); além de afirmar que o fenômeno privilegia somente uma parte do mundo, chamando-o de “ocidentalista”, pois tudo o que é “compartilhado” vem do Ocidente.

Com a avalanche de informação que a globalização possibilitou circular entre os povos, sob diversas formas e através dos vários meios de comunicação, vê-se o fenômeno da inserção dos indivíduos no universo dos fatos que correm o mundo. De acordo com Milton Santos, a informação passa a ser um instrumento no processo de Globalitarismo, de forma que a comunicação passa, antes de tudo, pelos processos capitalistas da nova forma de vida que se instala:

A chamada mídia, ela tem um papel de intermediação que a gente talvez não possa dizer que é inocente, mas não, não parte dela, realmente, ou não é dela o poder, o poder é de um pequeno número de agências internacionais da informação estreitamente ligadas ao mundo da produção material, ao mundo das finanças que controla, de maneira extremamente eficaz, a interpretação do que se está passando no mundo. E de uma forma que se torna clara quando a gente pega os jornais e vê a repetição quase que servil das mesmas fotografias, das mesmas manchetes, das mesmas ideias, dos mesmos debates que indicam que alguma coisa está por trás de tudo isso (SANTOS, 2006, 37’).

A informação não é tratada apenas como tal – o que já lhe incumbe responsabilidade e peso social – mas como mercadoria, o que acaba por deturpar sua verdadeira função na sociedade. A formação de grandes empresas de comunicação e mídia que detém grande parte da veiculação do que é considerado notícia pelo mundo é inevitável e colabora para o aspecto citado acima: a hegemonia dos meios de comunicação – tanto financeira e economicamente, quanto ideologicamente.

FOLKCOMUNICAÇÃO – A COMUNICAÇÃO DOS MARGINALIZADOS

Ao voltar o olhar para os ex-votos durante seu ofício como jornalista, Luiz Beltrão cria a teoria da Folkcomunicação, que trata da comunicação existente nas manifestações da cultura popular que está, na maioria das vezes, marginalizada em relação aos meios massivos de comunicação.

Tais grupos podem ser encontrados hoje e são motivos de variadas pesquisas de embasamento teórico metodológico sob a luz dos estudos de Beltrão. E, apesar de sua íntima ligação com o folclore, a Folkcomunicação mostra-se abrangente, pois considera as manifestações populares em geral: não somente a tradição como as festas e folguedos, a literatura de cordel, mas também o atual, como, por exemplo, os movimentos de resistência.

Por meio da sensibilidade que teve para reconhecer as manifestações, Beltrão conseguiu postular as diretrizes para a Folkcomunicação, e formar uma geração de discípulos e seguidores com o mesmo objetivo: voltar o olhar para o que está no cotidiano da sociedade contemporânea, além de alertar para o reconhecimento dessa forma de comunicação, pois,

Não se deve esquecer que, enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da Folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos, gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade (BELTRÃO, 2004, p. 85).

A partir das palavras do autor percebe-se que a preocupação com a comunicação existente nas manifestações populares diz respeito aos canais específicos de comunicação. Diferentemente da comunicação massificada, a Folkcomunicação preocupa-se em reconhecer os indivíduos definidos como a audiência *folk*, bem como registrar seus canais de interação, o surgimento dos líderes de opinião e afirmar que, apesar da existência dessa comunicação dita para a massa, a comunicação pode se dar de outras formas.

José Marques de Melo (2008, p. 90 – 95), a partir dos estudos de Beltrão, estabelece a “Tipologia da Folkcomunicação” como indicativo de metodologia de pesquisa, necessária, aqui, para exemplificar a abrangência dos estudos da Folkcomunicação, bem como sua atualidade na área da pesquisa:

1. *Folkcomunicação oral*: canto, colóquio, música, rumor, tagarelice, prosa, zombaria, verso, passatempo, reza;
2. *Folkcomunicação visual*: escrito, impresso, mural, pictográfico;
3. *Folkcomunicação icônica*: devocional, nutritivo, bélico, diversional, funerário, decorativo, utilitário;
4. *Folkcomunicação cinética*: agremiação, manifestações, celebração, folguedo, distração, festejo, dança, rito de passagem².

A atualização do pensamento beltraniano se deu, também, por meio das pesquisas realizadas por Roberto Benjamin, discípulo direto de Beltrão, assim como José Marques

2. Para o detalhamento de cada item ver: MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

de Melo. Para Benjamin (2004, p. 12), os novos estudos realizados com embasamento pela teoria da Folkcomunicação devem passar pelos seguintes quesitos:

- a) A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura *folk*;
- b) A mediação dos canais *folk* para a recepção da comunicação de massa;
- c) A apropriação de tecnologias de comunicação de massas e uso dos canais massivos por portadores de cultura *folk*;
- d) A presença de traços da cultura de massas absorvidas pela cultura *folk*;
- e) A apropriação de elementos da cultura *folk* pela cultura de massas e pela cultura erudita (projeção do folclore);
- f) A recepção da cultura *folk* de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa.

Mais tarde Joseph Luyten trouxe o termo Folkmídia e, em suas pesquisas, buscou entender a relação que os meios de comunicação de massa estabeleceram com a cultura popular:

Uma vez que a palavra mídia (ou “media) significa “meios”, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk (com “k”, como queria Luiz Beltrão” é abreviação passível de “folkcomunicação”, julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2006, p. 47).

Os estudos levam às duas vias: reconhecer a forma como os meios de comunicação de massa se apropriam dos elementos da cultura popular e verificar a influência desses veículos de comunicação na mesma.

A abrangência de possibilidades de pesquisa leva a uma enorme gama de exemplos, fazendo com que a teoria seja aplicável a diversos objetos, sendo possível trabalhá-los sob diversas perspectivas – como se pode verificar na sistematização de Benjamin, a fim de refletir sobre a comunicação popular que se dá em variadas formas, inclusive na comunicação de massa, disseminada por variados veículos, que tem como modelo mais recente a internet. Ao estudar a comunicação da cultura popular, a Folkcomunicação é o caminho escolhido para entender a forma pela qual a cultura popular se apropria da internet para se comunicar.

MARACATU.ORG.BR

O Maracatu do Baque Virado, também chamado de Maracatu Nação, tem sua origem entre os séculos XVII e XVIII, remetendo ao período de escravidão no Brasil. Há divergências sobre a origem, no entanto, a versão mais aceita é a de que o Maracatu tenha surgido a partir das coroações e autos do Rei do Congo, prática trazida pelos colonizadores portugueses e que, posteriormente, foi permitida a realização da mesma pelos senhores de escravos.

Os chamados Reis e Rainhas do Congo constituíam lideranças políticas entre os cativos e tinham certo poder perante o restante da população. Eles acabavam por fundar organizações que deram origem a diversas manifestações, dentre elas, o Maracatu do Baque Virado. Além de cunho político, o Maracatu também tem seu aspecto religioso, fortemente ligado ao candomblé ou xangô pernambucano.



Figura 1. Site maracatu.org.br. Acesso em 03/02/2015.

Criado em 2005, o site www.maracatu.org.br coloca em prática um projeto para unir e fortalecer o Maracatu, como afirmam os idealizadores em sua Carta de Intenção, que está na 7ª versão (publicada em 06/07/2013):

“Acreditamos que o fortalecimento desta manifestação se dá no cotidiano dos trabalhos realizados nas Nações e nos Grupos e na articulação entre todos eles, por meio de ações de troca, compartilhamento do conhecimento e colaboração mútua.

Consideramos que a articulação dessa rede é muito importante para o fortalecimento e a perenidade da cultura do Maracatu de Baque Virado no século 21 contribuindo para que estes diversos valores e tradições sejam amplamente compartilhados entre seus praticantes. (...)

O www.maracatu.org.br é uma ideia bem simples: construir de forma coletiva uma plataforma que reúna páginas das Nações e dos Grupos de Maracatu em um grande acervo com informações em texto, vídeos, fotos, áudios e etc. (...)

Nosso intuito é que as Nações e os Grupos tenham total autonomia na organização e publicação de seus conteúdos e que seus sites/páginas formem um grande conjunto de informações e referências sobre o Maracatu de Baque Virado, organizados pelas próprias pessoas que ‘brincam’ o Maracatu.

É importante lembrar que este projeto não visa qualquer tipo de lucro, não tem e não terá o objetivo de cobrar por nenhum tipo de trabalho. É uma iniciativa de pessoas que vivem o Maracatu de Baque Virado, contribuindo para esta Cultura.”

De acordo com o site, os grupos que se definem por fazerem parte do Maracatu do Baque Virado são aqueles que: “se utilizam da linguagem artística do Maracatu de Baque Virado para compor outras musicalidades, promovendo misturas com diversos ritmos, danças e instrumentações, sem muitas vezes limitar-se a instrumentos percussivos”. Também existe a diferenciação entre o que é chamado de Grupo de Maracatu – grupos que não possuem vínculo religioso institucional, que trabalham com o Maracatu do Baque Virado, mas que não promovem apresentações ou misturas, limitam-se a usar

os instrumentos percursivos tradicionais, como a Alfáia/Alfaya, Bombo e Gongue, por exemplo. Já as Nações de Maracatu dizem respeito ao tradicionalismo da manifestação, com grupos seculares e que estão intimamente ligados à questão religiosa que vem de matriz africana e/ou ameríndia, em apresentações que contam com personagens que formam a chamada corte: Rainha, Rei, Dama do Passo, entre outros.

A página, como se propõe a uma tentativa de agrupar os grupos e nações de maracatu, fez um mapeamento para saber onde estão esses grupos e, ao mesmo tempo, faz uma ligação entre todos eles, além de também disponibilizar no site os endereços digitais de todos os grupos que possuem *blog's* ou páginas na internet.

Existe uma grande quantidade de grupos que estão no Estado de Pernambuco, como o Maracatu Nação Porto Rico, Nação Estrela Brilhante de Igarassú, Nação Estrela Brilhante de Recife, Nação Leão Coroado, Maracatu Nação Encanto da Alegria, Nação de Maracatu Cambinda Estrela, Nação do Maracatu Encanto do Pina, Maracatu Nação Almirante do Forte, todos eles com os respectivos *links* que levam à produção individual desses grupos. Ainda existem indicações de outros grupos que não estão na internet como Cambinda Africana, Nação Elefante, Gato Preto, Axé da Lua, Sol Nascente, Aurora Africana, Nação de Luanda, Leão da Campina, Estrela Dalva, Oxum Mirim, Linda Flor, Encanto do Dendê, Raizes de Pai Adão, Leão de Judá, Estrela de Olinda³.

Essa rede de grupos de maracatu congrega, atualmente, 27 *sites* e 370 usuários cadastrados, que possuem *login* e senha para acessar o painel de administrador e ter a oportunidade de criar conteúdos como postar o calendário de eventos ou as notícias do que cada grupo vem trabalhando de maneira individual, mas que é de interesse a todos os outros grupos e também aos visitantes do site.

Para ampliar o conhecimento da rede e agregar um maior número de grupos e nações, o maracatu.org.br realizou um mapeamento dos brincantes no Brasil e também pelo mundo, como pode ser observado na figura que segue:



Figura 2. Mapeamento dos Grupos e Nações de Maracatu no Brasil e também em outros países. Acesso em 03/02/2015.

3. Dados retirados do site maracatu.org.br.

Entre as atitudes propostas pelo site estão:

- Criação de sites: para ajudar os grupos a divulgarem suas ações e notícias, além de apresentações;
- Mapeamento das ações: com o objetivo de se tornar realmente um coletivo, o maracatu.org.br se dispõe a observar os todos os grupos envolvidos e a ajudar na integração entre os próprios grupos e suas atividades;
- Formação de rede: também tem a intenção de proporcionar maior interação entre os brincantes de maracatu por meio de contato de *e-mails* e do conhecimento do que os outros estão fazendo;
- Fomento à projetos: busca ajudar os grupos a encontrar maneiras de propor projetos, escrever e realizá-los e, como exemplo, são citados o Encontro dos Grupos de Maracatu de Baque Virado de SP em 2010 e o projeto EncontroS, foi iniciado em 2012 e que se estendeu nos outros anos, sendo que o evento de 2014 foi realizado na cidade de Campinas – SP.

O site também funciona como um acervo para a manifestação e dedica uma parte para tratar da memória, com espaço que recebe vídeos além de outro local que disponibiliza materiais acadêmicos sobre o maracatu para que os visitantes possam consultá-los.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Folkcomunicação é a teoria que fala da comunicação dos marginalizados, aqueles que não se enxergam retratados da forma como deveria pela mídia hegemônica, por esse motivo buscam outras maneiras de se comunicarem entre si e com o mundo. Com a internet, houve uma grande abertura para a disseminação de conhecimento e de culturas, que encontram nesse canal um jeito de se mostrarem ao mundo e de chegarem a lugares que antes não poderiam ser alcançados, por conta das distâncias geográficas.

Uma manifestação que conseguiu encontrar na internet um canal de disseminação e agregação de indivíduos é o maracatu, por meio dos integrantes que fazem parte do maracatu.org.br. O site consegue agregar brincantes e manter uma boa interação com os grupos e nações de maracatu espalhadas pelo Brasil, além de conseguir elaborar projetos e promover encontros que culminam na colaboração para a perpetuação da manifestação.

O site cumpre sua proposta de atuar como uma rede de grupos e nações de maracatu, ajudando a manifestação a crescer e, também, a se conhecer melhor, por meio dos mapeamentos e do descobrimento de cada vez mais brincantes. Essa comunicação praticada pelo maracatu.org.br é a nova forma pela qual a cultura popular passa a se mostrar para o mundo, é uma nova abordagem da Folkcomunicação e que, mais uma vez, se mostra eficiente e muito forte.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, L. (2004) *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP.
- BENJAMIN, R. (2004) *Folkcomunicação na sociedade contemporânea*. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore.
- CANCLINI, N. G. (1996) *Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Encontro com Milton Santos ou o mundo visto do lado de cá*. (2006) Rio de Janeiro: Caliban Produções Cinematográficas. Documentário. Direção: Silvio Tendler. 90 minutos. DVD.
- HALL, S. (1996) *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- LUYTEN, J. M. (2006) Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org.). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor.
- MARACATU.ORG.BR. Site. Acesso em 03/02/2015.
- MARQUES DE MELO, José. (2008) *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação*. São Paulo: Paulus.
- SANTOS, M. (2001) *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 6. ed. Rio de Janeiro: Record.