



Folkcomunicação, mediação e hibridismo cultural: do líder de opinião ao ativismo midiático.¹

Maria Aparecida Siqueira Ferraz Cornélio²Betania Maciel³

Resumo

O conceito de Folkcomunicação como processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore e à cultura popular, fundamentará a pesquisa folkcomunicacional, cujo universo é o estudo da reconversão cultural da comunidade quilombola de Castainho, Garanhuns - PE, e o papel dos jovens como ativistas midiáticos, para o desenvolvimento local. Apoiados em Trigueiro ao mostrar que quando a decodificação é realizada por um ativista midiático, é mais provável que reinterprete a informação para transmitir a seus influenciados, faremos a análise do cenário das apropriações midiáticas da arte e cultura quilombola e impactos da reconversão cultural dos jovens como ativistas midiáticos e o desenvolvimento local.

Palavras chave: Folkcomunicação; reconversão cultural; ativistas midiáticos; apropriações midiáticas; desenvolvimento local.

Introdução

O objetivo desta pesquisa é diagnosticar as dinâmicas culturais do processo de reconversão e hibridização das culturas populares protagonizadas pelos jovens quilombolas de Castainho no contexto contemporâneo, especificamente, vamos identificar os impactos da reconversão cultural e do hibridismo presentes nas expressões culturais dos jovens quilombolas do Castainho, município de Garanhuns- PE e também analisar o processo de multiculturalidade pelo qual, as culturas quilombolas vem se

¹ Trabalho apresentado Intercom Regional. Trabalho apresentado na Disciplina Comunicação e informação científica para o desenvolvimento

² Mestranda do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local - POSMEX/UFRPE

³ Doutora em comunicação social. Professora da Disciplina Comunicação e Informação Científica para o Desenvolvimento. POSMEX/UFRPE



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

resignificando como uma expressão da juventude da Comunidade Quilombola de Castainho, a partir da cultura do consumo.

O processo metodológico visa à revisão bibliográfica como instrumento teórico para o entendimento dos processos de multiculturalidade e fusões culturais que ocorreram na Comunidade Quilombola de Castainho. Definimos como foco do trabalho, especificamente os jovens, no contexto contemporâneo, como disseminadores dos conhecimentos das culturas quilombolas locais resultantes da hibridização presente no processo histórico da escravidão no Brasil.

Para isso é necessária à revisão dos principais conceitos como o popular, a cultura hegemônica, hibridação, folkcomunicação, ambivalência e refuncionalização utilizados na atualidade, abrangendo os mais importantes modelos clássicos e atuais na literatura.

No mundo globalizado a cultura hegemônica exerce uma relação verticalizada diante das expressões culturais dos grupos marginalizados, que sobrevivem num cenário de vulnerabilidade sócio- econômico político e cultural, através da lógica perversa da sobreposição de simbologias que invadem os repertórios dessas outras. As estratégias de sobrevivência da cultura popular desenvolvidas pelos grupos dos excluídos socialmente e culturalmente muitas vezes resistem a essas invasões culturais dentro do contexto global-local.

No dizer de Leitão (2005) “a pobreza no Brasil tem raízes profundas, históricas. Teve início a partir das culturas primariamente oprimidas: os índios e os negros escravos. Posteriormente, essa massa sofreu o acréscimo de seus descendentes que viveram ao longo de vários séculos afogados por sistemas sociais injustos e excludentes.

Como exemplo das estratégias de resistência dos grupos marginalizados, no Brasil, temos a população negra remanescente dos quilombos. Sendo este o segmento social que será foco neste estudo. Dentro desta perspectiva teremos como recorte o aspecto cultural e como segmento a ser estudado a juventude da comunidade, remanescente, do



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Quilombo dos Palmares denominada Castainho, localizada no município de Garanhuns-PE.

De acordo com Canclini (1981) “as culturas populares se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica das condições gerais e específicas do trabalho e da vida.

Em Tauk (2001), vamos buscar os seguintes esclarecimentos “ os processos de hibridização das culturas populares se dá ora através de estratégias de reconversão econômica simbólica intencionais, para se inserir nas condições de mercado; ora se apropriando do massivo, mas refuncionalizando os seus usos.

Para entender o significado da reconversão cultural nas culturas populares, no contexto contemporâneo, considerando o recorte quilombola, é fundamental compreender os sentidos do popular de uma forma mais ampla na relação do local –global.

Teremos como referencia da pesquisa o estudo da folkcomunicação de acordo com Maciel (2011) que entende ser uma forma de mídia alternativa que dialoga com a mídia hegemônica considerando os limites da cultura globalizada- cultura popular e Melo (2008) que afirma que a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural.

De acordo com José Marques de Melo (2008),

a Folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 25).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Diante destes princípios o estudo, apresentamos como questão central de pesquisa: Quais as estratégias de reconversão da expressão simbólica quilombola apropriadas pelos jovens da Comunidade Quilombola de Castainho a partir da cultura do consumo ?

Como mostra Trigueiro (2008), quando a decodificação é realizada por um ativista midiático, é mais provável que reinterprete a informação para transmitir a seus influenciados.

Para encontrar possíveis respostas a esta questão central de pesquisa, levantamos algumas questões complementares, que a priori, servirão como pontos de referência para a pesquisa de campo, por meio da aplicação de questionários e realização de entrevistas:

Quais as estratégias dos jovens no processo de apropriação da cultura de consumo diante da trajetória histórica de resistência da identidade da cultura quilombola? Quais os impactos da hibridização cultural da comunidade quilombola no cotidiano dos jovens quilombolas? Qual a relação dos jovens quilombolas com a cultura do consumo como forma de inclusão social? Quais os impactos das inovações tecnológicas no processo de reconversão cultural dos jovens da comunidade quilombola de Castainho?

Dentro desta perspectiva o presente trabalho objetiva compreender, a partir do consumo, as estratégias de reconversão cultural que tem nos jovens da comunidade Quilombola de Castainho os disseminadores do processo de hibridização presente na construção da trajetória histórica da Comunidade de Castainho.

Portanto o estudo está dentro da linha de pesquisa do POSMEX “ Políticas e Estratégias de Comunicação” contemplando assim, o recorte relativo as culturas populares e suas diferentes manifestações de hibridização da cultura “folk” (folkcomunicação) e a cultura massiva.

No Brasil a escravidão perdurou do século XVI ao XIX e as primeiras compreensões desta temática faziam referencia a miscigenação racial, resultante do cruzamento das



raças formadoras da nossa identidade nacional- a branca, a negra e a indígena e expressada no entendimento da miscigenação cultural do ponto de vista da mistura de valores e costumes destas identidades raciais.

As estratégias de persuasão da ideologia hegemônica desde os primórdios da história do Brasil são pautadas na concentração do processo produtivo, na política de segregação que exclui os grupos pertencentes às classes marginalizadas, no sentido de restrição a acessibilidade às políticas públicas focadas na garantia dos direitos de cidadania. Nesse contexto se encontra a comunidade quilombola de Castainho, remanescente do Quilombo dos Palmares, alijada do contexto de inclusão proveniente da modernidade.

Comunidade de Castainho

A comunidade quilombola de Castainho, surgiu em 1965, reconhecida no ano 2000 como comunidade quilombola pela Fundação Cultural Palmares, está localizada no município de Garanhuns- PE a 6 km da sede dessa cidade. Garanhuns, por sua vez fica situada a 320 km do Recife. Essa população corresponde a um total de 239 habitantes, distribuídos entre 43 famílias, que sobrevivem da exploração de 187 hectares onde são cultivadas, de forma rudimentar, as culturas de mandioca milho, feijão e hortaliças, produtos que são comercializados na cidade de Garanhuns, onde se caracteriza a situação de pobreza e marginalização nos moldes da globalização.

Como caracteriza Lima e Roux (2008) quando afirmam que no cenário histórico do Brasil agrário prevalecia a Teoria da Difusão de Inovações, onde a comunicação ocorria de forma verticalizada em benefício da classe hegemônica, grandes produtores, prevalecendo nos seus princípios a não valorização dos saberes locais e práticas agrícolas tradicionais já existentes. Esses autores ressaltam que tanto no passado como no contexto contemporâneo os meios de comunicação de massa e sistemas educacionais permanecem difundindo os modelos hegemônicos cujas estratégias regulam as tendências do mercado e dos produtos de consumo.



Diante do contexto contemporâneo e considerando a influência dos aspectos multiculturais e o processo de hibridização vivenciada, especificamente, pela população quilombola de Castainho, ao longo da sua história, temos no recorte cultural, a proposta de estudo focada nas estratégias de reconversão da cultura do consumo, dos recursos midiáticos e da refuncionalização dos seus usos por parte dos jovens como disseminadores dos conhecimentos do modo de vida quilombola, como expressão de simbologia cultural no contexto global-local.

Trigueiro (2008) sinaliza a influência da televisão e sua complexidade na sociedade a partir da cultura de consumo cada vez mais midiaticizada. Vemos nos jovens os maiores disseminadores da hibridização e da reconversão cultural.

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

Dentro desta perspectiva ressaltamos o que aponta Maciel (2011) ao relacionar as estratégias da mídia voltadas para a transformação da variedade da cultura brasileira em espetáculo, mediante a comercialização de um produto e a adequação da cultura não-material ao bem de consumo de acordo com o mercado do turismo. Destacamos neste contexto a apropriação da mídia hegemônica na relação da mídia global com a mídia popular, através da influência, dos recursos da mídia massiva presentes nos filmes, programas de TV, ferramentas da tecnologia de informática, e outras mídias que reconheceram a dança de rua como um estilo que vem se popularizando, mais precisamente nas classes excluídas.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

No recorte da pesquisa proposta o foco existe a partir do empírico, o processo de reconversão e hibridização cultural, a partir do consumo, que tem influenciado os jovens da comunidade quilombola de Castainho, como uma forma de está no mundo, de se sentir incluído e aceito diante da cultura hegemônica contemporânea que tem na cultura massiva as estratégias de sentimento de nivelamento no contexto de desigualdades sociais.

Canclini (2008) afirma ainda que o popular no contexto globalizado é, na verdade, o excluído. O autor completa dizendo que a modernização da cultura popular confirma, para os grupos hegemônicos, que o tradicionalismo não tem saída, “para os defensores das os grupos hegemônicos, que o tradicionalismo não tem saída, “para os defensores das causas populares torna-se outra evidência da forma como a dominação os impede de ser eles mesmos” (CANCLINI, 2008, p. 206).

Outro ponto a considerar neste contexto é o processo de desenvolvimento local e sustentável, relacionado ao turismo, como produto comercial, utilizado como estratégia da classe hegemônica que pode influenciar a originalidade das expressões culturais das classes alijadas do processo de modernidade.

No dizer de Jesus (2007) desenvolvimento local é entendido como um processo que mobiliza pessoas e instituições buscando a transformação da economia e da sociedade locais, criando oportunidades de trabalho e de renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local.

Assim sendo, dentro da tendência contemporânea, objetivamos diagnosticar os processos de reconversão e hibridação cultural, relativo ao modo de vida , como expressão cultural dos jovens da comunidade de Castainho, incluindo a dinâmica das relações entre os intercâmbios resultantes da dinâmica do fluxo da mídia popular e as massivas decorrentes destas trocas no contexto global-local, fundamentados na análise a luz do estudo do processo da folkcomunicação.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

A indagação que insiste em ficar é até que ponto as estratégias de reconversão cultural favorecerão o fortalecimento do sentimento de inclusão desses jovens quilombolas diante da hegemonia da cultura de consumo? Até que ponto os ajudarão a tornarem-se cidadãos, com poder de atuação nas esferas reais das suas vidas? Considerando que se trata da juventude, em processo de formação vale a reflexão de Martin-Barbero (2009) quando afirma que o problema não está naquilo que fazem os meios de comunicação e sim “o que fará o sistema educacional para formar pessoas com capacidade de serem interlocutores desse entorno”. Como o autor, acreditamos, portanto, que existem muitas coisas a serem repensadas radicalmente.

As representações sociais a respeito do rural e do urbano reiteram diferenças significativas que têm repercussão direta sobre as identidades sociais, os direitos e as posições sociais de indivíduos e grupos, tanto no campo quanto na cidade, conforme assinala Smith (2001):

As diferenças vão se manifestar no plano das ‘identificações e das reivindicações na vida cotidiana’, de forma que o ‘rural’ se torna um ‘ator coletivo’, constituído a partir de uma referência espacial e ‘inserido num campo ampliado de trocas sociais’. (SMITH, 2000, p.4)

Na atualidade, tais trocas sociais refletem que a divisão entre urbano e rural está cada vez mais fluida, pois:

O ritmo das mudanças nas relações sociais e de trabalho no campo transforma as noções de ‘urbano’ e ‘rural’ em categorias simbólicas construídas a partir de representações sociais que, em algumas regiões não correspondem mais a realidades distintas cultural e socialmente. (CARNEIRO, 1998, p. 53).

Portanto, dentro da conceituação de novas ruralidades, não se pode falar numa homogeneização que reduziria a distinção entre o rural e o urbano a um *continuum* dominado pela cena urbana, mas sim que o rural e o urbano, assim como o global e o local se interpenetram. “Nesse sentido não se pode falar de ruralidade em geral; ela se expressa de formas diferentes em universos culturais, sociais e econômicos heterogêneos” (CARNEIRO, 1998, p.53).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Assim sendo, Carneiro pensa na ruralidade:

Como um processo dinâmico de constante reestruturação dos elementos da cultura local mediante a incorporação de novos valores, hábitos e técnicas. Tal processo implica um movimento em duas direções nas quais se identificam, de um lado, a reapropriação dos elementos da cultura local a partir de uma releitura possibilitada pela emergência de novos códigos e, de outro, a apropriação pela cultura urbana de bens culturais e naturais do mundo rural, produzindo, assim, uma situação que pode contribuir para alimentar a sociabilidade e reforçar os laços com a localidade (CARNEIRO, 2008, p.35).

Neste caso, a procura de formas de lazer, em busca da natureza sob a forma de turismo rural, religioso, cultural, bem como vendas de artesanato, festas, eventos e folguedos centrados nas relações sociais, desenvolvem a integração entre o local e o global, que ao invés de “diluir as diferenças, pode propiciar o reforço de identidades apoiadas no pertencimento a uma localidade” (CARNEIRO, 1998, p.58). Identificamos durante a nossa pesquisa estas características na cidade de Bezerros.

Segundo Smith (2000, p.96), diante da reorientação nas políticas voltadas para o meio rural, a nova abordagem do desenvolvimento territorial pressupõe o reconhecimento político da necessidade de integração aos processos gerais do desenvolvimento nacional e macrorregional, dos espaços e das populações, marginalizados ou excluídos, por meio da valorização dos recursos naturais, sociais e culturais de cada território, sejam eles ou não associados às atividades agrícolas. “Seus objetivos são definidos em torno de aproveitar oportunidades econômicas, assegurar o bem-estar das populações rurais e salvaguardar o patrimônio sociocultural das regiões rurais”.



Para Campanhola e Silva (2004), o turismo praticado atualmente no meio rural é resultado da fusão de vários tipos, “diferenciando-se, dessa maneira, do turismo convencional. É consequência do processo de globalização econômica, ou seja, da globalização da economia. [...] Muitos governos vêem no turismo [...] um poderoso aliado para o desenvolvimento de muitas regiões [...] (CAMPANHOLA; SILVA, 2004, V.7, p. 149.)”.

No entender de Carneiro (1998, p.9) “a expansão de atividades relacionadas à exploração do turismo têm introduzido novas possibilidades de trabalho [...] e ampliado a rede de sociabilidade desses vilarejos que durante muito tempo permaneceram fechados sobre si mesmos.

Seguindo na linha de raciocínio de Carneiro, Bezerras ao intitular-se “terra do papangu” expande sua visibilidade do local para o global mediante uma rede de sociabilidade calcada em estratégias de comunicação que articulam ao imaginário do festejo momesco o reforço das identidades e o sentimento de pertencimento Esta expansão permite o consumo do artesanato da *persona* papangu e venda da imagem do município durante todo o ano.

Mais do que consumo, é representação simbólica, conforme Froehlic e Rodrigues (1999) entendem, interpretando Carneiro:

Carneiro (1997) aponta neste sentido o resgate da memória cultural por grupos em espaços locais, onde voltam a ser valorizadas brincadeiras, festas, jogos, etc, de matriz folk ou “camponesa”; ou mesmo da própria esfera produtiva rural, sobre a „valorização” do trabalho artesanal” [...] (FROEHLIC, RODRIGUES, 1999, p.17).

O estudo do comportamento humano, culturalmente expressado na cantoria, na dança e no ritmo do samba de coco, tais como os aspectos cognitivos, ambientais e motivacionais da comunidade quilombola de Castainho, serão pontos fundamentais na pesquisa.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Uma vez proposta à metodologia será realizada uma pesquisa para avaliar, tanto quantitativamente quanto qualitativamente, os aspectos positivos e negativos da hibridização e seus impactos no histórico cultural dessa comunidade.

Para coletar os dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa serão utilizados instrumentos de pesquisa na forma de questionários, que serão aplicados à comunidade de Castainho. O questionário visará coletar dados como subsídios para a avaliação de possíveis do processo multicultural e de hibridização relativo às raízes do samba de coco, tradição dessa comunidade.

Ao final do projeto espera-se a criação de uma metodologia de desenvolvimento de sistemas de apoio ao processo de entendimento e compreensão da influencia da cultura global no local e do local no global, no histórico da multiculturalidade da comunidade Quilombola de Castainho, na expressão rítmica e musical do samba de coco.

Referências

CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **Diretrizes de políticas públicas para o novo rural brasileiro: incorporando a noção de desenvolvimento local.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 37., 1999, Foz do Iguaçu. Anais...Foz do Iguaçu: SOBER, 1999. p.47-57.

CAMPELO, Inês. **Jornal Imprensa do Agreste.** Ano IX, nº 280 de 02 a 15 de julho de 2001. Garanhuns-PE.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas** – estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2008.

CARNEIRO, Maria J. **Ruralidade: novas identidades em construção.** Estudos Sociedade e Agricultura, n. 11, out. 1998. p. 53-75.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

CARNEIRO, Maria J. **Ruralidade na sociedade contemporânea**: uma reflexão teóricometodológica. In: El mundo rural: transformaciones y perspectivas à la luz de la nueva ruralidade. Bogotá. out. 2003. 16p. (mimeo)

FROEHLICH, José Marcos. **Turismo Rural e Agricultura Familiar**: Explorando(criticamente) o Cruzamento de abordagens e estratégias para o desenvolvimento local. In: Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimentos local. Anais INTERCOM; Recife: Bagaço, 2002

JESUS, Paulo de. **Sobre desenvolvimento Local e Sustentável**: Algumas considerações conceituais e suas implicações em projetos de pesquisa In: *Gestão do desenvolvimento local sustentável*. MACIEL FILHO, Adalberto do Rego; PEDROSA, Ivo Vasconcelos (org). Recife: Editora Edupe, 2006. Págs. 17-37.

LEITÃO, Maria do Rosário de Fátima Andrade. **Trabalho, gênero e desemprego em Lagoa do Carro**. *Revista Territórios* 13/ Bogotá, 2005. Págs.115-132.

LIMA, Irenilda de Souza; ROUX, Bernard. **As Estratégias de comunicação nas políticas públicas de assistência técnica e extensão rural para agricultura familiar no Brasil**. In: CIMADEVILLA, Gustavo. Comunicación, Tecnología y desarrollo. Argentina: Editora da Universidad Nacional de Rio Cuardo. 2008. Págs91-102.

MACIEL, Betânia. **Folkcomunicação e desenvolvimento**: uma abordagem dos estudos folkmediáticos na modernidade. Razón y Palabra. www.razonypalabra.org.mx MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo, Paulus, 2008.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

SANTOS, Maria Salett Tauk. **O consumo de Bens Culturais nas Culturas Populares**: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada (2001)

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

SMITH, R.; EHRENBURG, R. **A moderna economia do trabalho**: teoria e política pública. 5ª ed. São Paulo: Makron Books, 2000, cap. 9.