



Luiz Beltrão e a teoria do folkjornalismo utilizada no blog “Os Hermanos”

GOBBI, Maria Cristina¹
BARBOSA, Victor Luis dos Santos²
CONCEIÇÃO, Ana Lígia Corrêa da³

Resumo

O desafio de estudar e entender a teoria da Folkcomunicação, proposta por Luiz Beltrão, traz a possibilidade de apreender novos olhares no fazer jornalístico. Assim, este trabalho é resultado de uma pesquisa realizada no blog Os Hermanos, comandado pelo correspondente de O Estado de S. Paulo, Ariel Palacios, na Argentina e hospedado no site do jornal, de forma a observar se as postagens feitas podem indicar tendências do uso dos conceitos da Folkcomunicação. Utilizando a pesquisa bibliográfica e documental, além da análise dos *posts* do Blog, buscou-se evidenciar quais enquadramentos teóricos podem ser associados a essa teoria, descrevendo essas evidências e contribuindo para que seja possível aliar conceitos teóricos a um exemplo prático, avançando o conhecimento e a interpretação dos fenômenos da cultura popular, determinados pelos fluxos midiáticos ou por eles intermediados, especialmente aqueles presentes nas mídias digitais e utilizados sob o signo do jornalismo.

Palavras-chave: Folkcomunicação, Luiz Beltrão, FolkJornalismo, Os Hermanos, América Latina, Blog.

Introdução: caminhos norteadores

Luiz Beltrão foi um dos pioneiros na pesquisa de fenômenos comunicacionais no Brasil, sendo o primeiro doutor em Comunicação do país. No cerne do seu pensamento encontra-se a Folkcomunicação. Trata-se do processo de “(...) troca de informações e manifestação de ideias, opiniões e atitudes de massa, ligados direta ou indiretamente ao folclore.” Através de “agentes simbólicos”, uma ampliação e releitura da teoria do *two step flow of communication* (comunicação em duas etapas), com a definição do papel desempenhado pelo “líder de opinião” de Lazarsfeld, decodifica-se em linguagem popular mensagens anteriormente veiculadas pela indústria cultural ou pela cultura erudita. A literatura de cordel e a figura dos repentistas consistem em dois

1 Pesquisadora. Pós-doutora pelo Prolam da USP, Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação e em Televisão Digital da UNESP (Univ Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho), diretora administrativa da Socicom, coordenadora do GT Mídia, Culturas e Tecnologias Digitais na América Latina. Diretora secretária da Rede Folkcom, Coordenadora do GT e Professora orientadora da pesquisa. E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

2 Acadêmico do 7º semestre do curso de jornalismo da FAAC Unesp. E-mail: victor.santosjor@gmail.com

3 Acadêmica do 7º semestre do curso de jornalismo da FAAC Unesp. E-mail: ligia.cti@gmail.com



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

exemplos de fenômenos da Folkcomunicação, a qual tem suas raízes no Nordeste brasileiro, local de origem do mestre Beltrão.

Para compreender melhor esse fenômeno é necessário um resgate, ainda que muitos pesquisadores já o tenham feito, sobre os conceitos básicos da folkcomunicação. Mas também é fundamental que a partir desse conhecimento teórico possamos aplicar a teoria na prática, como uma forma não de provar, mas a partir dessas bases fundamentadas fazer análises que saiam do senso comum para se constituírem em conhecimento científico.

Assim, esse texto busca aliar essas duas concepções. Fazer um breve resgate sobre os conceitos da folkcomunicação e a partir disso analisar a produção do blog “Os Hermanos⁴”.

Os cenários e os atores sociais

O estudo sobre a folkcomunicação foi um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e a seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus.

Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com a oferta cada vez mais veloz de conhecimento exige, por outro, que toda essa gama de dados que circulam pelas “infovias” comunicacionais faça parte do cotidiano das pessoas quase que em tempo real. Esse ultimato se insere no mundo do trabalho, do lazer, da economia, da política, da cultura em uma aparente cobrança da inserção do indivíduo nesse contexto.

A relação entre local e global está cada vez mais “evidente”. Os conceitos de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira, identidade, entre outros, influenciaram a construção de novos modos de pensar a experiência comunicacional. Assim, tornou-se necessário organizar estratégias transacionais entre o velho e o novo e com personagens diversificados que se complementam dinamicamente, sem, contudo, perder a “personalidade”.

4 Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/ariel-palacios/>, acesso em junho de 2012.



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

Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea - sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial. Os grupos constitutivos da sociedade ora estão organizados com uma missão específica a cumprir e interesses definidos a salvaguardar, como é o caso do Estado, da Igreja, do Sindicato ou da Empresa; ora são informais, ligados apenas espiritualmente por certas idéias filosóficas, interesses gerais e experiências comuns à espécie humana - como a Nação, os crentes, os trabalhadores, os consumidores. Há, entretanto, na sociedade contemporânea, não obstante as características próprias e os conflitos de interesses imediatos de cada grupo, uma unidade mental, decorrente da própria natureza humana dos seus componentes e de um universal consenso. Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum: - adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só se conseguem mediante a comunicação, - o processo mínimo, verbal e gráfico pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informação e ideias. (BELTRÃO, 2004, p. 4).

Mas as diversidades de figuras que formam a sociedade atual são, entretanto, múltiplas, heterogêneas e dispersas, fazendo com que se busquem alternativas de ampliar o processo comunicativo. Afinal, todos querem trocar informações, “ver o outro” e aprender. Porém, como afirma Luiz Beltrão (2004, p. 12)

[...] isso faz com que aquele diálogo cara-a-cara, direto, pessoal seja limitado. Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação maciça, coletiva, que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, fornece mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora desintegrando ora criando solidariedades sociais.

A comunicação coletiva não se faz entre um indivíduo e outro como tal, mas em forma colegiada: o comunicador é uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.

Embora estabelecida através de uma distância de tempo, espaço ou espaço-tempo, entre as partes e, aparentemente, unilateral, desde que, em regra, é feita através de um meio técnico construído de tal forma que somente o comunicador “fala”, constitui um diálogo, tanto como a comunicação pessoa.

Na comunicação coletiva, porém, o órgão comunicador só exerce uma espécie de atividade - a comunicativa. Não há, portanto, interrupções do circuito ou perda de contato entre os dois elementos - o agente e o paciente do processo. Assim, embora a comunicação coletiva seja,



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

tecnicamente, unilateral, os receptores na verdade alimentam o diálogo, utilizando outros meios mecânicos para manifestar a sua reação, que não se reclama seja necessariamente em palavras. Porque a resposta à mensagem, na comunicação coletiva, não é discussão, mas ação.

Simultaneamente com a caracterização da sociedade de massa e o estabelecimento do império dos símbolos, que marcam o auge da competição individual e coletiva, mas reclamam como nunca um certo tipo de consenso na ação social, verificou-se a revolução tecnológica na comunicação. Iniciada com a publicação de impressos e a instituição dos correios, foi acelerada neste século⁵ com o cinema, o rádio e a televisão.

No século XX houve uma ampliação dos canais de comunicação e como consequência passou-se a exigir uma melhor compreensão dos efeitos causados nos processos comunicativos, fruto das escolhas dos “[...] meios, canais, métodos e técnicas para tornar eficientes e produtivas as comunicações” (BELTRÃO, 2004).

Na esteira do desenvolvimento dos canais comunicativos ocorre a explosão do ciberespaço, onde foram criados negócios, profissões e atividades, estimulando novas áreas do conhecimento e acelerando a busca de informações. Os “fios” - da grande rede mundial – não têm fronteiras. Ultrapassam todos os limites, sem restrição de cultura, de língua, de posições políticas e de padrões de vida. Não separa por sexo, cor, raça ou religião. Não existe barreira capaz de parar esta trama. Faz parte da vida de muitos hoje.

Até pouco tempo atrás o desafio de fazer a volta ao mundo em 80 dias parecia possível para poucos. Hoje, em questão de minutos, via Internet, podemos arrumar as malas e viajar pelos quatro cantos do mundo, rumo aos nossos maiores sonhos e sem sair de casa. Os caminhos do ciberespaço, como os do Planeta Terra, são muitos, dos mais diversos, inesperados e surpreendentes.

Também não podemos perder de perspectiva que uma parte importante do conhecimento e da própria evolução é resultado de produtos que circularam através dos meios massivos, vinculados diretamente a criações da cultura popular urbana, somados ao desenvolvimento da indústria cultural. Por outro lado, não é possível deixar de considerar as circunstâncias desse desenvolvimento, muitas vezes, fruto de análises histórico-culturais próprias da evolução político-social.

⁵ Nota dos autores: O professor Luiz Beltrão refere-se aí ao século XX.



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

Da mesma forma, a real aplicação desviou-se das perspectivas ortodoxas e convencionais da pesquisa na área e fundamentou-se na prática construtiva de conhecimento, de produtos comunicacionais e de formas para tornar a comunicação efetiva. Esse conhecimento tem sido fruto de uma realidade cruzada por múltiplos fenômenos, tradições e requerimentos culturais, calcados em uma variedade de modelos e de paradigmas teórico-metodológicos.

Entretanto, como afirma Beltrão (2004), somente dados estatísticos multiplicidade de meios e de canais de comunicação são “insuficientes para apurar os efeitos das mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para novas e atualizadas comunicações”. Faz-se necessário conhecer o comportamento coletivo, definido por ele como forma essencial para realizar a comunicação efetiva. Assim, deve-se considerar no processo:

- 1. A personalidade dos grupos organizados** aos quais se dirige e de que presume conhecer a maneira de ser e agir como unidade de liderança da comunidade;
- 2. A situação socioeconômica e cultural da comunidade como um todo**, tendo em conta fatores étnicos, condições ecológicas, índice de desenvolvimento, nível educacional, princípios filosóficos motrizes;
- 3. As diretrizes políticas e a influência das elites dirigentes sobre o todo**, considerando o papel relevante das lideranças políticas e os reflexos do seu pensamento e da sua atividade na consciência e na ação coletiva;
- 4. O quadro psicológico da atualidade universal**, pois a nossa comunidade não vive isolada, mas é parte do mundo físico e da humanidade inteira, nela repercutindo e alterando as reações tudo quanto afeta o globo terrestre (a natureza) e a sociedade internacional (a espécie humana).

O balanço dos efeitos da comunicação assim realizado permite ao órgão comunicador coletivo escolher o conteúdo e até mesmo alterar a forma das suas novas mensagens. Esse trabalho de interação é o único realmente vital na comunicação coletiva. Sem ele, a mensagem estará irremediavelmente condenada: o órgão comunicador perde a sua energia e dinamismo, aliena-se, silencia. Como na comunicação coletiva não se permite interrupção do circuito ou perda de contacto com a comunidade, o comunicador alienado está extinto, chegou ao fim.

Os grupos organizados da sociedade, afirma Beltrão (2004), precisam conhecer,

[...] os elementos, instrumentos, processo, técnicas e efeitos da comunicação coletiva notadamente quando tais grupos atuam numa



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

área territorial de larga extensão e de diferentes estágios de desenvolvimento econômico e cultural. Quando para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta, sem o que o diálogo é difícil, senão impossível. Os grupos organizados não entrarão em comunhão com as diversas outras camadas da sociedade, ficando assim privadas da plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão, e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados. Os observadores estudiosos da realidade e da atualidade brasileira têm assinalado, com sinal marcante da situação nacional, a oposição entre Estado e Nação, entre elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os receptores frequentes das mensagens jornalísticas pelos veículos convencionais e os públicos cegos e surdos a tais veículos e aparentemente mudos e inoperantes.

As várias mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo permitiram entender que a relação entre cultura, sociedade, política, economia é um conjunto de trocas, onde todos os atores participam. Quer como produtores ou como consumidores, esses protagonistas utilizam os mais variados meios de comunicação, conjuntamente com múltiplas formas de manifestações desse intercâmbio e de suas significações. Também há a necessidade de conhecer sobre as formas como o povo reage às sugestões que lhe são feitas cotidianamente pelos meios de comunicação.

Não é possível, como afirma Beltrão (2004), continuar acreditando que a “[...] população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, outro modo de crer e decidir”. É necessário analisar os cenários, as formas, os meios, as consequências e os atores sociais envolvidos em todo o processo. “A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o “folk-way” das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (BELTRÃO, 2004) e isso que precisamos modificar.

Como mencionou Beltrão (2004), a Comunicação e como consequência a Folkcomunicação se estabelece em um duplo sentido, é uma via de mão dupla. Se por um lado a produção folk estabelece o processo em duas etapas, mediadas por um líder de opinião, que faz a tradução para uma melhor compreensão de quem consome, por outro os meios de comunicação de massa incorporam os conceitos da cultura, tentando



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

dar mais representatividade a produção comunicacional, que através de matérias jornalísticas ou na publicidade, além de outros espaços de mediação.

Pudemos observar nos estudos sobre folkcomunicação que o que vem chamando a atenção dos pesquisadores, e possibilitando novos caminhos para a pesquisa científica em Folkcomunicação reside especialmente no fenômeno onde os elementos da cultura folk são apropriados pela indústria cultural, seja pautando matérias jornalísticas ou influenciando produtos de entretenimento.

Para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural brasileira necessitou retroalimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos (...) resgataram símbolos populares, submetendo-os à padronização típica da fabricação massiva e seriada (MARQUES DE MELO, 2007, p. 21-22)

Diante desse cenário é que surgiu o interesse em observar o blog “Os Hermanos”, comandado pelo correspondente de *O Estado de S. Paulo*, Ariel Palacios, na Argentina e hospedado no site do jornal, verificando se em algumas postagens tal tendência de uso da Folkcomunicação de fato se confirmavam.

O objetivo principal desse blog é informar e analisar sobre os “hermanos” argentinos e demais latino-americanos, além de ser um ponto de encontro para troca de opiniões (PALACIOS, 2009). A plataforma blog permite textos mais longos e elaborados, visto que não há a limitação espacial e de caracteres do impresso, além de propiciar o uso de potencialidades como muitas imagens, vídeos e hiperlinks.

Escolhas metodológicas

Esse texto tem como objetivo analisar a apropriação e a utilização dos elementos da cultura folk, estudados pioneiramente por Luiz Beltrão, no blog “Os Hermanos”. O blog está presente no portal do Estadão, uma mídia tradicional, de circulação nacional e que representa parte significativa da história da mídia do Brasil.

Para tanto, partimos do pressuposto de que,



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

No mundo atual, os veículos de comunicação de massa exercem um papel importante na permanência e na criação dos mitos, sem que as formas de transmissão tenham sido abandonadas. Com relativa frequência, aparecem nos jornais diários notícias e reportagens relativas aos mitos. A ficção radiofônica, televisiva e cinematográfica tem incorporado mitos tradicionais e modernos em suas produções. (BENJAMIN, 2000, p. 90)

Por se tratar de uma mídia digital direcionada, em uma primeira análise, para um público de classe média alta, pretende-se verificar, também, de que maneira e quais elementos da cultura popular estão presentes em postagens para um público diferente do qual a Folkcomunicação está no cotidiano.

A metodologia utilizada é a pesquisa exploratória, combinada com a análise do conteúdo feita por meio da coleta de *posts* retirados do blog. As postagens foram escolhidas com base em uma amostra do período de outubro a dezembro de 2010 e atualizada para esse evento, de janeiro a maio de 2013, para observar possíveis modificações e analisar de que qual maneira se enquadram nas especificidades definidas da teoria folk que foram apresentadas no trabalho.

Com base nessa análise, pretendeu-se verificar além da aplicação prática da Teoria de Folkcomunicação, como ela possibilita abordagens da cultura popular em textos jornalísticos, explicando o tema proposto e a maneira como o autor do blog contextualiza o leitor/internauta. Ainda com base na Folkcomunicação, foram propostos alguns apontamentos e críticas dos estudos de comunicação, quando utilizados em veículos midiáticos na web.

FOLK NA WEB: apropriações e adaptações

a) período de outubro a dezembro de 2010

O primeiro *post* analisado é intitulado “O ditador, o lobisomem e o filho do desaparecido” (08/10/2012). A postagem utiliza um elemento folclórico, a licantrópia que, segundo o dicionário Michaelis, é a pretensa metamorfose em lobisomem.

A questão da licantrópia é uma forte superstição na Argentina e até hoje tem suas derivações. Um exemplo claro é a inclusão da mulher como parte da cultura



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

popular do lobisomem, possibilitado pela presença de uma presidenta no país, Cristina Kirchner. De acordo com o blog, essa cultura surgiu em 1907 quando,

O costume de pedir o apadrinhamento presidencial começou quando um casal de imigrantes alemães [...] teve seu sétimo filho homem, José Brost, na cidade bonaerense de Coronel Pringles. Os Brost pediram ao presidente José Figueroa Alcorta que fosse o padrinho. [...] Na Rússia, país onde haviam morado, era tradição o czar apadrinhar a criança para quebrar o “feitiço” do sétimo filho. E, já que estavam na Argentina, pretendiam conseguir essa “garantia” [...]. O aristocrático presidente concordou. Essa tradição [...] sobreviveu na Argentina. (PALACIOS, 2009, Web)

De acordo com o *post*, em 1977, Roberto Castillo foi sequestrado pelos militares. Sua mulher, Josefa Castillo, deu a luz a seu sétimo filho homem, Gastón. Na tentativa de “salvar a vida” do marido, pediu ao ditador e general Jorge Rafael Videla que batizasse seu filho, seguindo as tradições populares do país. O presidente aceitou, mas nada fez para que Roberto Castillo fosse encontrado. Assim, em 2009, quando os restos mortais do pai de Gastón foram encontrados, ele solicitou à Igreja Católica que seu padrinho não fosse mais o general.

A Igreja, a princípio, não aceitou a decisão, mas após argumentação de Gaston que o vínculo religioso com Videla “[...] fere, mortifica e infama o ato sagrado do batizado”,

O escrivão do arcebispado de Buenos Aires, César Sturba, explicou que o código de Direito Canônico determina que entre as condições para ser padrinho de batizado está a de “levar uma vida coerente com a fé e com a missão que receberá”. O ex-ditador, acusado de sequestros, torturas e assassinatos, não cumpre os requisitos de “amor cristão”. (PALACIOS, 2009, Web)

Todos esses recursos populares e folclóricos foram utilizados no sentido de contextualização para explicar a inovação da decisão da Igreja Católica contra o Regime Militar da década de 1970, presente na Argentina, na figura do ditador e general Jorge Rafael Videla.

Em relação ao *post* “Presidentes mortos estão bem vivos na Argentina” (16/11/2010), observa-se que o jornalista utilizou a veneração dos argentinos à imagem de autoridades já falecidas como chamariz para seu texto, com o próprio título fazendo



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

alusão a isso. Logo no primeiro parágrafo, declarações de dois historiadores dão embasamento a essa questão,

Kirchner acaba de entrar para a galeria dos ilustres mortos que a sociedade argentina se encarregará de manter vivo, *sustenta*. O ex-presidente terá direito a ter santuários, homenagens permanentes, grupos políticos que ostentarão seu nome e continuará liderando atos políticos e marchas. [...] O historiador Daniel Balmaceda, autor de ‘Histórias insólitas da História argentina’, concorda. Os argentinos costumam ser muito dedicados à necromania, à veneração e utilização política dos mortos, disse ao Estado. (PALACIOS, 2009, Web)

Posteriormente o texto faz outros apontamentos em relação à fama de “santa” de Evita Perón, à admiração dos argentinos por Juan Domingo Perón e por outro presidente já falecido, Raúl Alfonsín, além de mencionar outros aspectos excêntricos como o sumiço das mãos do cadáver de Juan Perón, um mistério que já faz parte do imaginário da população do país.

A terceira postagem estudada, “Semana funérea, parte 2: o suicídio, a espingarda e o dedão” (07/11/2010) também traz elementos relacionados aos mitos e lendas urbanas, os quais consistem no chamado “folclore nascente”, visto que a antiguidade não é condição para o surgimento de um fato folclórico (BENJAMIN, 2007, p.28).

Nesse caso, o correspondente do Estadão na Argentina traz a segunda parte de uma série de casos insólitos envolvendo mortos no país. O fato de ser uma série por si só já chama a atenção, pois o jornalista utiliza imagens folclóricas como artifício em seus textos. O suposto suicídio mencionado é o de um megaempresário, Alfredo Yabrán, ligado a grupos militares e políticos, o qual, após ser acusado de envolvimento na morte de um jornalista, teria cometido suicídio, num caso cercado de mistérios. O *post* de Ariel Palacios aborda pesquisas que indicam que a maior parte dos argentinos não acredita que Yabrán está morto, além de trazer as várias versões sobre o caso, incluindo suposições de o verdadeiro morto seria um mendigo, e que o empresário estaria hoje vivendo na Síria.

b) período de janeiro a maio de 2013

O primeiro post analisado de 2013 tem como título “Esta velha é pior que o caolho: ‘Pepe’ Mujica dixit e virou frisson no Twitter” (05/04/2013). Na verdade o



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

presidente do Uruguai tem causado polêmicas com frases bem peculiares, como bem afirma Palácios (2009, web).

Mujica, conhecido por seus comentários sinceros – geralmente fora de protocolo – fez estas declarações durante uma reunião com o prefeito da cidade uruguaia de Florida e outros políticos. Mas, não percebeu que os microfones estavam ligados e que a imprensa reunida no lugar ouviu suas observações sobre a dificuldade nas relações do Uruguai com a Argentina.

E não satisfeito com a elocução anterior, o presidente Mujica para ainda complementa: “O caolho era mais político (...) esta velha é mais teimosa”. Afirmando que não pediria desculpas, “Não vou dar bola nem percorrer o mundo esclarecendo coisa alguma”, ao invés do sofrer críticas Mujica tornou-se um virtual herói nas redes sociais, onde sua frase foi celebrada no Facebook, por exemplo. No Twitter, virou hashtag, o “#EstaViejaEsPeorQueElTuerto” por parte de tuiteiros uruguaio e argentino”.

O *post* foi escolhido por conter conceitos populares encontrados nos ‘Ditado, Dito Popular, Adágio ou Provérbios Populares’, que são expressões que servem de exemplos morais, filosóficos e/ou religiosos. “É um ditado de caráter prático e popular, comum a todo um grupo social. Trata-se de uma filosofia popular de fácil compreensão. São dizeres, sentenças breves, geralmente de conteúdo moral, advindos da vivência do homem no mundo que o cerca⁶”.

Na verdade os provérbios estão muito ligados aos conceitos da cultura popular. São frases e expressões que transmitem conhecimentos comuns sobre a vida. Embora muitos sejam criações antigas e anônimas, que fazem sucesso até hoje, pois normalmente estão relacionados a aspectos universais da vida, também é muito comum ouvir provérbios em situações do cotidiano, como os que são proferidos pelo presidente do Uruguai. Selecionamos alguns:

FRASES DE MUJICA (desde sua posse presidencial)

- Ser livre é gastar a maior quantidade de tempo de nossa vida naquilo que a gente gosta de fazer.
- Se eu tivesse muitas coisas, teria que me ocupar com elas. A verdadeira liberdade está em consumir pouco.

⁶ Disponível em: <http://professorparaense.com/port.ditospopulares.htm>, acesso em maio de 2013.



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

- O poder não muda as pessoas... só revela quem elas são verdadeiramente.
- Não se intimidem, companheiros... gostem muito uns dos outros. Mas, nem tanto a ponto de perdoar as cagadas...
- Talvez esteja errado, pois eu erro muito... mas eu o digo do jeito que o pensei.
- Pelo caminho mais longo a viagem é mais curta.
- Não encha a paciência, meu! Qualquer problema passa lá em casa e a gente bebe uns vinhos.

Essa modalidade de diálogo “[...] é fácil de decorar e transmitir em função de seu formato simples, curto e direto. Falam sobre diversos assuntos e fazem parte da cultura popular da humanidade. Encontramos provérbios para praticamente todas as situações de vida⁷” e talvez por isso o presidente Mujica tenha uma coleção deles.

Em abril, outra notícia (12/05/2013) muito ligada aos conceitos da Folk tinha como título: “Mães, hit parades dos tangos (e o pouco apreço da mãe de Borges pelo sistema decimal)”.

A musica, como bem ilustra a frase: "Es (el tango) un pensamiento triste que se baila" (Enrique Santos Discépolo), mostra uma das mais fortes manifestações de cultura popular da Argentina, o tango.

Se a melodia é chorosa, as letras, antigamente cantadas em lunfardo - o latim dos marginais portenhos - são heterogêneas e devastadoras. É a lírica de vidas destroçadas por traições e falsidades, por desilusões e crimes. Mulheres pérfidas e amigos tramosos são o sal da dramaturgia tanguista: - "Mi china fue malvada, mi amigo era un sotreta". É a estética de um mundo canalha e ressentido. E não é para menos. Filho do lupanar e do boliche, da taverna da periferia de Buenos Aires, o tango nasceu em meio a duelos de garrucha e de punhais, travados nas sombras malditas do subúrbio, que lhe salpicaram os cueiros de pólvora e sangue. Teve como escola as então perigosas barrancas do Rio da Prata com seu intenso tráfico de carnes⁸.

Resultado de uma miscigenação entre “[...] a milonga nativa, argentina pura, que misturou-se de malgrado com as cantorias italianas, sicilianas e napolitanas, trazidas pelos milhares de imigrantes peninsulares ‘invasores’, que chegaram a Buenos Aires há bem mais de um século atrás”, é considerado uma mistura entre o criollismo e o gringuismo e está incorporada a cultura Argentina. Embora nascido sob o signo do

⁷ Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/musicacultura/proverbios.htm>, acesso em maio de 2013.

⁸ Disponível em: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/cultura/tango.htm>, acesso em maio de 2013.



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

popular, a universalização do tango - imortalizado por Carlos Gardel -, tornou-se um exemplo de elegância e de *status*, assemelhando-se, como afirmam Ariel (2013, web),

[...] ao sucesso da valsa no século 19. Impressionante metamorfose. Como no conto de fadas, o sapo virou príncipe. A opereta do bordel do arrabalde arrebatou o Teatro Colón. E não só isso! Perante a esta maré montante que faz anos que nos assola, a do roque anglo-saxão - tribal, autista, ensurdecidor -, o tango, tão bem lembrado por Carlos Saura em recente filme, passou a ser a última esperança de um dançar civilizado na cultura ocidental.

É interessante observar como Ariel Palácios tem um entendimento amplo sobre a cultura de seu país e consegue aliar a essa categoria de música, que retrata paixões arrebatadoras e traições, as mães. Para ele “[...] as mães são as únicas mulheres 100% reverenciadas nos tangos, sem exceção”.

A última frase utilizada no título “(e o pouco apreço da mãe de Borges pelo sistema decimal)”, faz menção a dois fatos. Ariel está se referindo ao escritor Jorge Luis Borges, que “[...] literalmente morou na casa da mãe Leonor Acevedo de Borges até ela morrer, com 99 anos, em 1970. Borges, que na época tinha 71 anos”.

Ainda segundo Ariel, era a mãe de Borges que fazia as correções de seus textos e quando ele ficou cego ela anotava os contos e poemas que ele ditava.

Na última parte da frase do título, explica Ariel (2013, web), ocorreu no velório da mãe do escrito. Uma amiga comentou com ele “[...] que pena, pensar que dona Leonor morreu poucos meses antes de completar 100 anos! Se ela tivesse esperado um pouco...”. Borges respondeu: “[...] pois é minha mãe não era devota do sistema decimal [...]”.

Considerações finais

A análise aqui resumida ainda está em desenvolvimento, e consiste numa tentativa de demonstrar a importância de Luiz Beltrão nos estudos de comunicação, ao trabalhar a comunicação popular. Trata-se de evidenciar a crescente tendência de incorporação de elementos da cultura folk pela mídia tradicional, no caso, em um blog de um jornal tradicional, que se dirige a um público diferente daquele que a Folkcomunicação prioritariamente se destina.



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

Uma vez que o contíguo de manifestações populares reúne objetos e objetivos muito semelhantes aos utilizados pelo jornalismo, combinando algumas especificidades entre ambos e preservando características do folclore e da comunicação de massa, sem perder a essência do diálogo, da mobilização, da persuasão, da difusão de ideias e fatos, na personalidade dos agentes comunicativos, no intercâmbio de informações etc, tão característicos do fazer jornalismo com qualidade, o FolkJornalismo é, então, uma atividade que reúne a altivez da comunicação e da cultura popular, mas com um ritmo muito peculiar de quem vê, entende e busca no factual o processo capaz de dar voz e vez aos marginalizados dessa grande aldeia global, características presentes nos processos jornalísticos. Desta forma, quem sabe, a partir da combinação entre cultura popular, comunicação e jornalismo, o FolkJornalismo, será possível atender a um dos pré-requisitos básico da Folkcomunicação que é a produção comunicativa para a mudança social.

Fica para as novas gerações o desafio da releitura da obra do mestre e a definição de metodologias capazes de permitir o amplo entendimento do conceito na atualidade, especialmente diante das provocações impostas para uma comunicação ampla e efetiva, realizada pelos meios de massa e das novas possibilidades descortinadas pelas tecnologias digitais da informação e da comunicação.

Referências Bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo, Editora UESP, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2000.

GOBBI, Maria Cristina (org.). **Folkcomunicação: a mídia dos excluídos**. Cadernos de Comunicação nº 17. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação social, 2007.

PALÁCIOS, Ariel. **Os Hermanos**. Blog. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/ariel-palacios/>, acessos 2010, 2013.

MARQUES DE MELO, José; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira (Orgs.). **Luiz Beltrão – Pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa-São Paulo, Universidade Federal da Paraíba-INTERCOM. 2007.