

Um Olhar Hegemônico sobre a Cultura Popular no Fotojornalismo: um estudo de caso do Periódico *Tribuna do Norte*¹

Élmano RICARTE DE AZEVÊDO SOUZA²

Itamar de Moraes NOBRE³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal

RESUMO

Reflete-se sobre a hegemonia presente no fotojornalismo sobre a cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho: Santo Antônio, São João e São Pedro (celebrados, respectivamente, nos dias 13, 24 e 29) no periódico *Tribuna do Norte* (Natal, Rio Grande do Norte, Brasil), publicadas o mês de junho de 2012, com base na semiótica da comunicação e na teoria da Folkcomunicação. A partir dessas teorias pressupomos que tais imagens possuem conteúdo e significados das manifestações e identidades culturais populares das festas juninas e dos santos católicos. Busca-se identificar e analisar como estas foram apropriadas pela mídia. A pesquisa, em andamento, já aponta que há um olhar comum ao se retratar a cultura popular nos dois veículos de comunicação analisados, cujas características podem revelar uma epistemologia dominante.

Palavras-chave: fotografia jornalística; manifestações culturais; festas de junho; semiótica da comunicação; folkcomunicação.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo busca produzir algumas diretrizes acerca de uma investigação iconográfica cujo foco está centrado na análise de imagens fotográficas. O estudo é concentrado nas fotos produzidas e publicadas pelo jornal *Tribuna do Norte* com sede no município de Natal, Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro), no período do mês de

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares - GP Folkcomunicação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Este artigo é parte da pesquisa em andamento no Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, especificamente, na linha de pesquisa em Produção de Sentido.

² Graduado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, com graduação sanduíche na Universidade Católica Portuguesa em Lisboa, e mestrando na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal, e-mail: ricarteazevedo@gmail.com.

³ Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. Jornalista. Fotojornalista. Especialista em Antropologia. Mestre e Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania. Membro do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro do Núcleo de Pesquisa: Fotografia, da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Membro da REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. E-mail: itanobre@gmail.com.

junho de 2012, em que são realizadas as manifestações culturais populares voltadas para as homenagens aos santos católicos Santo Antônio, São João e São Pedro.

Após a coleta de todas as edições dos jornais mencionados no mês de junho do ano de 2012, foram selecionadas reportagens jornalísticas claramente relacionadas aos objetivos pretendidos, detalhados posteriormente. A nossa atenção foi direcionada para a construção da imagem de vários aspectos e elementos emblemáticos da cultura popular da cidade presente nas fotografias jornalísticas. Dessa forma, buscou-se, uma análise, de como essas manifestações são registradas pela fotografia jornalística e se há um pensamento hegemônico na forma de reportá-las, excluindo um conhecimento, um modo de ver o mundo do povo, dito menos instruído, menos erudito, uma vez que

A literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais, os seus meios de informação e de expressão continuam ignorados em toda a sua força e verdade, o que impossibilita a comunicação e a comunhão entre governo e povo, elite e massa. (BELTRÃO, 2004, p. 34)

Nesta pesquisa, busca-se investigar a relação da mídia e da cultura, pois “Cultura é uma preocupação contemporânea, bem viva nos tempos atuais. É uma preocupação em entender os muitos caminhos que conduziram os grupos humanos às suas relações presentes e suas perspectivas de futuro” (SANTOS, 2006, p.7). Neste contexto, entende-se por cultura como sendo

todo conhecimento que uma sociedade tem sobre si mesma, sobre outras sociedades, sobre o meio material em que vive e sobre a própria existência. Cultura inclui ainda as maneiras como esse conhecimento é expresso por uma sociedade, como é o caso de sua arte, religião, esportes e jogos, tecnologia, ciência, política. (SANTOS, 2006, p. 41)

No entanto, Santos (2006) adverte que cultura é tratada, por muitos teóricos, como dois gêneros: uma das classes dominantes, a erudita e, a da classe dominada, a cultura popular. “Entende-se, então, por cultura popular as manifestações culturais dessas classes, manifestações diferentes da cultura dominante, que estão fora de suas instituições, que existem independentemente delas, mesmo sendo suas contemporâneas” (SANTOS, 2006, p.55). As expressões da cultura popular poderiam ser, pois, exemplos de mídia contra-hegemônica, tentando afirmar seus valores, uma vez que os conceitos

hegemônicos, presentes em uma epistemologia dominante, reprimem e silenciam as demais formas de construção de conhecimento como sinaliza Santos (2009), ao afirmar que este tratamento é resultado de um epistemicídio que elege apenas um conhecimento como válido. Beltrão (2004, p. 34) acredita, dessa maneira, que

Não se procurou pesquisar a maneira pela qual o povo reage às sugestões que lhe são feitas. (...) Nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o “fol-way” das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária.

Souza (2004, p.5-6), ao afirmar que “o fotojornalismo ajuda a vender jornais e revistas, leva milhões de pessoas a exposições e fornece ao mundo foto-livros de qualidade, beleza, interesse e potencial informativo extraordinários”, complementa a proposição dessa pesquisa, uma vez que estimula averiguar a forma como a fotografia de imprensa pode se apropriar de outras formas de comunicação como as manifestações da cultura popular com a intenção de “vender jornais”. Ou seja, sendo assim, não tratando aquelas manifestações em sua essência, com informações de um conhecimento possivelmente válido.

Dessa maneira, a partir da apropriação realizada pela fotografia jornalística sobre as manifestações das culturas populares, questionamo-nos: Qual imagem construída a partir do fotojornalismo no periódico *Tribuna do Norte* e que reporta sobre as manifestações da cultura popular do mês de junho realizadas na cidade do Natal, capital do Rio Grande do Norte (Nordeste do Brasil)?

Nossa hipótese é que tais manifestações são transformadas em produto dentro do contexto de um meio de comunicação de massa, não tratando aquelas formas de cultura como elemento da cultura da sociedade, mas como um fenômeno exótico, pitoresco, pertencente a uma sociedade distante.

A nuance de uma apropriação da mídia jornalística fotográfica sobre a cultura popular para venda vai ao encontro com Melo (2008, p.47-48), afirmar que:

Tais apropriações folkmediáticas tornaram-se mais comuns os formatos ficcionais ou musicais. No entanto, o próprio jornalismo se abastece continuamente das fontes da cultura popular, registrando indícios das sobrevivências tradicionais na vida das comunidades modernas. Tais manifestações populares se convertem em notícias

pelo seu caráter inusitado, pitoresco ou sentimental. Adquirindo importância pela sua natureza de instância mediadora entre cultura de massa e a cultura popular, a folkcomunicação protagoniza fluxos bidirecionais e sedimenta processos de hibridização simbólica.

Ao que já foi visto, pode-se entender que “a cultura popular é a matriz genérica da mídia radical alternativa. Ela também se entrelaça com a cultura de massa comercializada e com as culturas de oposição” (DOWNING, 2002, p.41). Em convergência com essa afirmação, Beltrão (2004, p. 46) explica que

Veículos de informação e opinião da massa popular permaneceram folguedos e autos trazidos no bojo das caravelas e dos navios negreiros, como “a queima do Judas”, a “serra dos velhos”, as canções, danças e fantasias do Entrudo, o teatro de bancos mais pobres e mais simples do mundo – o mamulengo – e a representação nos amplos palcos das ruas e dos torreiros do *bumba-meu-boi*, o mais nacional dos autos populares do país. Muito do jornalístico se poderia registrar nos produtos da habilidade artesanal de pintores, escultores, ceramistas, rendeiras, (...)

Além disso, a cultura popular não utiliza uma linguagem dos veículos de comunicação “ortodoxos” (cinema, jornal impresso, televisão, rádio), sua forma de dizer é de acordo com Beltrão (2004, p. 69) diversa:

Nas manifestações folclóricas, ao nosso ver, combinam-se elementos vivenciais não-artísticos, antes de tudo utilitários com elementos estéticos, às vezes gritantes, sob formas tão complexas que o seu significado profundo escapa à observação de pesquisadores e analistas. Diante dessa realidade do folclore e da própria cultura é que temos de buscar aproximação entre a distinção clássica das categorias comunicacionais em lógica discursiva, quando se baseia na palavra ou repertório dos signos de extração conceitual e, portanto, de compreensão racional, e alógica ou apresentativa, quando se promove por meio de um repertório de sons, gestos, cores, imagens, movimentos do corpo e outros signos extraconceituais. A linguagem (linguagens) do folclore se nos apresenta como enigmática, a desafiar, num estudo de conjunto, a nossa capacidade de descobrir o segmento semântico codificável, no emaranhado de sons, ritos, movimentos e imagens que o encobrem, constituindo o segmento estético, não codificável racionalmente.

No âmbito da metodologia de pesquisa em comunicação social, toma-se como coleta de dados, o jornal *Tribuna do Norte*, com sede em Natal, capital do estado do Rio

Grande do Norte, no período do mês de junho de 2012, em sua versão *flip*, disponível no site <http://www.tribunadonorte.com.br>.

Por um lado, o método e teoria Folk abordados por Beltrão (1971) e Melo (2008) pretendem ser ferramentas para averiguar o aspecto folkmediático deliberado pela fotografia jornalística ao ter a prerrogativa de se apropriar da cultura popular.

Noutro, o método semiótico discutido por Pierce (1997) não se refere diretamente à realidade, senão pelo signo e/ou pelo texto. São por meio deles que percebemos a realidade em sua parcialidade. Logo, a fotografia pode representar um fenômeno na ausência dele. No caso analisado, nossa hipótese é de que as fotografias jornalísticas do *Tribuna do Norte* abordam sobre as manifestações da cultura popular em homenagem aos santos católicos do mês de junho nas cidades de Natal.

O autor ainda explica que outros métodos podem ser utilizados aliados ao semiótico. Portanto, se por um lado, o Método Semiótico vai proporcionar o entendimento da produção de sentido no ato de fotografar, o Método Folkcomunicacional vai auxiliar a traduzir o que não é claro para todos, ou seja, os simbolismos presentes na cultura popular de cada uma das regiões, que podem dialogar em alguns elementos semelhantes, contudo, há alguns que só pertencem àquele local. Dessa forma, o significado daquela manifestação específica pode ficar claro ao se ter como apoio a folkcomunicação, que tem como um dos objetivos investigar as formas de comunicação da cultura popular (BELTRÃO, 1980).

A Metodologia e Teoria Folkcomunicacional foi apresentada por Beltrão (1980) e, segundo Carvalho (2010, p. 111), "(...) esta nova concepção inclui, entre os objetos a serem trabalhados pela pesquisa folkcomunicacional, as manifestações da mídia (cultura de massa) que adotam, em sua difusão, os elementos simbólicos e o universo linguístico da cultura popular". O que vai ao encontro com o objeto de estudo desta investigação, uma vez que busca analisar como ocorre a construção da imagem sobre as manifestações da cultura popular em homenagem aos santos populares do mês de junho por meio da fotografia de imprensa e identificar se esse retrato possui um olhar hegemônico ou valorizador da cultura popular sob o ponto de vista de um conhecimento.

Vale ressaltar ainda que para Santos (2009), há duas formas de epistemologia do conhecimento, uma dominante e hegemônica, que se trata como a única forma de

produção de conhecimento, e a outra que descreve esse processo de uma forma mais plural, que provém de culturas e de classes dominadas e contrahegemônicas. Ao primeiro tipo, o autor chama de Epistemologia do Norte e ao segundo de Epistemologia do Sul. Sua denominação de Norte e Sul é sobre a influência da Europa Ocidental (Norte) sobre as ex-colônias (Sul). Entretanto, Santos (2009) também afirma que esta divisão não é apenas geográfica, uma vez que o Norte geográfico possui a sua parcela de “terceiro mundo”, representada por imigrantes, ciganos, classes sociais com menor poder aquisitivo etc, e Sul global também possui seus nichos de “Europa”, com minorias elitistas capitalistas que dominam as formas de produção cultural.

Nossa hipótese parte do princípio de que somente as classes dominantes expõem a sua visão de mundo a partir do jornalismo de grandes veículos de comunicação e que para manifestar as suas ideias, as classes dominadas realizam de outras formas de comunicação.

Ao se observar esta distinção de dominante e de dominados na produção de conhecimento, encontra-se uma convergência com Beltrão (1971; 1980; 2004) e sua teoria de “comunicação dos marginalizados” sobre os modos de agir da folkcomunicação. Para Beltrão (2004, p. 47), ao definir Folkcomunicação, há uma relação esteita entre o folclore e comunicação: “Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da masa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

Afirmamos que é imprescindível que cada um tenha a imagem mais próxima possível sobre sua própria cultura e a de outros povos. Todavia, pensamos que nem sempre suas representações no jornalismo fotográfico refletem isso, passando a demonstrar a visão da cultura dominante sobre a cultura popular.

1.1 As festas populares do mês de junho

A matriz das festas populares do mês de junho possui como referência de credo religioso o cristianismo católico (CASCUDO, 2000), cuja tradição baseia-se em homenagear, nos meses de junho três santos católicos: Santo Antônio (13 de junho); São João Batista (24 de junho) e São Pedro (29 de junho). Durante todo o mês, os devotos realizam festas religiosas e profanas em comemoração, de acordo com a crença,

por graças alcançadas com a intercessão deles. As histórias desses santos populares são respectivamente:

Santo Antônio é festejado no dia 13 de junho. Santo Antônio também é conhecido como Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nasceu em Lisboa, no dia 15 de agosto de 1195, e morreu em Pádua, em 13 de junho de 1231. Foi monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja. É o santo patrono de Portugal e carrega o menino Jesus em seus braços. (...) São João Batista, o anunciador de Cristo – a comemoração de seu nascimento foi fixada em 24 de junho. Quando viu ao longe a fumaça da fogueira, Maria soube que sua prima Isabel dera à luz naquele dia um menino, chamado João, que não só preparou a vinda do Messias como o batizou, nas águas do rio Jordão. (...) São Pedro – é representado nos Evangelhos como o primeiro apóstolo. Nos momentos decisivos, em que a missão de Cristo envolve crise, é ele o porta-voz dos apóstolos. O santo é comemorado no dia 29, data da sua morte. É o guardião das portas do céu e o comandante das chuvas. Nasceu em Betsaida, Galiléia. Pescador de Carfanaum, tornou-se discípulo de Jesus, que o escolheu como líder do colégio apostólico (LUCENA FILHO, 2007, p. 93; 94; 96-97).

Como herança dessa tradição, as sociedades de matriz cultural portuguesa mantêm traços dos festejos populares em reverência aos seus santos. Uma delas é a população da região metropolitana, mas também de toda capital do município de Natal, com cerca de 1 milhão e 400 mil habitantes (BRASIL, 2010), capital do estado do Rio Grande do Norte (nordeste brasileiro). Na região metropolitana do município de Natal, as principais festas são em homenagem a São João e ocorrem em bairros populares como Cidade da Esperança e Felipe Camarão (Zona Oeste), Mãe Luiza, Rocas e Santos Reis (Zona Leste), Alecrim, Quintas e Cidade Satélite (Zona Sul e Centro) e Panatis, Parque das Dunas, Igapó e Santa Catarina (Zona Norte), e também nas cidades de São Gonçalo do Amarante, Extremoz, Parnamirim, Ceará-Mirim, Macaíba, São José de Mipibu, Nísia Floresta, Monte Alegre e Vera Cruz. São em sua maioria festas com procissões e carreatas com fiéis pelas ruas das cidades, feiras de comidas típicas da região nordeste a base de milho, como canjica, mungunzá e pamonha, arraiais em vias públicas, quadrilhas juninas e concursos de quadrilhas matutas e estilizadas, realizados pelas emissoras InterTV Cabugi e TV Ponta Negra, filiadas no Rio Grande do Norte da Rede Globo e do SBT, respectivamente.

AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL *TRIBUNA DO NORTE*

Quando estas festas e manifestações populares foram impressas nas páginas do jornal *Tribuna do Norte*, em termos quantitativos, no mês de junho de 2012, foram publicadas 10 reportagens e três chamadas sobre o tema em análise. Para efeito de análise, recortamos o material coletado e selecionamos algumas dessas reportagens e manchetes para investigar as suas fotografias por serem as mais emblemáticas sobre a cultura popular. A primeira a ser analisada foi foto da manchete publicada no dia 10 de junho de 2012 (SANTO, 2012):

Imagem 01: “Comemorações e simpatias em torno de Santo Antônio - padroeiro dos namorados - abrem as festas juninas, tradição nordestina com raízes na antiguidade” (SANTO, 2012).



» **SANTO** Comemorações e simpatias em torno de Santo Antônio - padroeiro dos namorados - abrem as festas juninas, tradição nordestina com raízes na antiguidade. (NATAL 3)

Autor: Júnior Santos, sem data. (SANTO, 2012).

A imagem 01 do fotógrafo Júnior Santos mostra, em cores, uma jovem em um enquadramento em plano detalhe para suas mãos que seguram uma imagem de Santo Antônio virada de cabeça para baixo. Fotografia jornalística foi realizada com um

ângulo baixo com foco nas mãos e sem foco na face daquela jovem, cujos olhos estão direcionados para a imagem em suas mãos. Dessa forma, a escolha desse ângulo, o uso deste foco apenas na mão e na imagem do santo, a composição da imagem com o desfoque para o rosto da devota, mas com o enquadramento de seus olhos atentos, proporcionam que a “atenção” da fotografia volte-se para o santo de ponta cabeça, dando sentido de que há algo centrado entre a sua ação e o fato da imagem está ao inverso. Estas escolhas operadas pelo fotojornalista podem indicar que é o ato da personagem o que mais se destaca na cena registrada.

A imagem 01 retrata uma simpatia. Porém, antes de identificarmos qual a simpatia representada pela imagem, o significado deste termo popular no Brasil é apontado por Cascudo (2000, p. 637) como “[...] um conjunto de atos e palavras preestabelecidas, repetidos sem qualquer alteração, a não ser o nome do interessado”, sendo um ritual que “mobiliza as forças e poderes ocultos para satisfazer nossos desejos”. O ritual da simpatia não é uma prática prescrita pela Igreja Católica, mas de origem na cultura do povo. No caso da imagem 01, constata-se a simpatia, normalmente, realizada por mulheres solteiras, nos festejos antoninos, que pedem ao Santo Antônio, conhecido popularmente no Brasil e em Portugal, como santo casamenteiro. As mulheres que praticam este ato solicitam ao santo “arranjar” um marido. É uma das simpatias mais populares por todo o Brasil, em que Santo Antônio é colocado de cabeça para baixo para que atenda ao pedido. As devotas colocam o santo na posição que mostra a imagem 01, fazem o seu pedido ao santo e o deixam assim até que o ele “encontre” um noivo para casar em seu dia, celebrado em 13 de junho.

Cascudo (1985) também relata que outros atos são realizadas, durante o mesmo período de festas no Brasil, com a imagem deste santo, desde mergulhá-lo em um balde com água para pedir que chuva venha ou colocá-lo próximo a uma fonte de luz para acalmar a força do sol em tempos de seca ou poucas chuvas.

Os maus tratos a Santo Antônio não são públicos. Pertencem aos cultos pessoais. Põem o santo dentro d’água amarrado, para ser retirado quando do implemento da promessa, arrancam-lhe do braço o Menino Jesus, colocam-no de cabeça para baixo dentro do resto d’água do açude semi-esgotado, deixam-no em cima do telhado, exposto ao sol ardente para que melhor sinta o horror da sede e providencie chuvas (CASCUDO, 1985, p. 52).

Ainda segundo Cascudo (1985), essa tradição popular de maus-tratos ao Santo Antônio é uma herança grega e romana praticada com as imagens dos deuses da guerra e da fortuna. O sentido da imagem 01 mais profundado quando observamos estas nuances na cultura popular e os significados que aquela cena pode trazer implicitamente.

No dia 22 de junho de 2012, o caderno *Fim de Semana* trouxe uma manchete (imagem 02) que remete a duas reportagens. A fotografia jornalística mostra uma quadrilha junina em formação de coreografia. A imagem 02 percorre quase 90% de toda a página para chamar o leitor para o conteúdo seguinte. O fotógrafo Aldair Dantas optou por um ângulo baixo enquadrando as bandeirolas, ao fundo, buscando dar ênfase na coreografia e no cenário dispostos na cena retratada, revelando a alegria presente naquele ambiente a partir dos elementos que são visíveis na imagem. A quadrilha representada na imagem 02 faz parte das festas que acontecem na rua São João, no bairro de Lagoa Seca, no município de Natal, como parte das comemorações em honra ao santo primo de Jesus Cristo.

Imagem 02: “LAMPEJOS DE SÃO JOÃO: *Fim de Semana* visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca (...)”.



Autor: Aldair Dantas, sem data (VIVANE, 2012, p. 06).

A rua que é fotografada é transformada em um arraial, um lugar onde se unem os devotos para celebrar e prestar honras a São João. Vários elementos simbólicos fazem parte desse cenário e um deles aparece em destaque com muitas cores. Tratam-se das bandeirolas com várias pequenas bandeiras ou fitas coloridas.

A presença delas nesta festa remete, segundo Cascudo (1985), a um antigo costume de purificação por meio da água. Os devotos, a cada ano, realizavam a “lavagem do santo” nos rios próximos às capelas em que o santo do dia é padroeiro. Como representação desse ato, as bandeirinhas eram postas molhadas de um lado para o outro nas ruas ou no arraial para purificar os que passem por baixo. Dessa forma, todos que passarem pelo espaço da festa podem se sentir abençoados pelo santo como anteriormente acreditavam estar ao banhá-lo nas águas do rio. Por esta razão, ao escolher o ângulo baixo na imagem 02, o fotógrafo não apenas apanha os componentes da coreografia e seus trajés, mas também a bandeirola como elemento importante para atribuir sentido àquela cena.

O SILENCIAMENTO DE UMA CULTURA

Como se observa, na análise sobre as três fotografias jornalísticas publicadas no mês de junho de 2012 pelo jornal *Tribuna do Norte*, há uma presença do tema Cultura Popular e suas homenagens aos santos católicos daquele mês. Entretanto, há de fato uma pronúncia popular sobre a sua cultura? O povo fala sobre si, sobre os seus ritos e atos dentro do contexto daquelas celebrações, sobre suas intenções de celebrar a época do mês de junho e render homenagens àquelas personalidades espirituais? Acredita-se que não. Há uma exploração de tais manifestações, em que os jornais tomam como ponto de partida o caráter exótico ao ressaltar uma imagem de que a cultura em homenagem a estes santos acontece apenas neste mês, quando, em verdade, são recorrentes o ano inteiro no aspecto do calendário religioso da Igreja católica. Não se fala sobre a origem de tais manifestações e seus usos pelo povo, trazendo este conhecimento como um saber válido, de origem popular sim, mas que têm seus métodos e formas de enxergar o mundo. Tais significados e sentidos, dentro da sabedoria popular, são atingidos com a metodologia e teoria utilizadas nesta pesquisa, pois a

fotografia jornalística, que pode ser tradutora de conhecimento, reveladora de um saber ausente, é utilizada com outra intenção no jornal investigado.

Boaventura de Sousa Santos (2006), em seu livro “Gramática do tempo”, relata que os que fazem parte do pensamento hegemônico, buscam silenciar e homogenizar as demais culturas, tratando a sua cultura como algo melhor, de um nível mais elevado. A este conceito ele chama de “Sociologia das Ausências”, em que defende que deve haver um multiculturalismo, a partir de um conhecimento prudente, unindo diversas formas de saber para uma vida mais prudente.

Com isso, a fotografia jornalística do periódico analisado revela-se como uma oportunidade desperdiçada em que um conhecimento é omitido, não é visto em sua essência. Sendo assim, trazemos o tema a partir de sua fonte de significados, a própria cultura popular e discute-se como aquela imagem pode ser um veículo de comunicação sobre o senso comum. Na perspectiva de Boaventura de Sousa Santos (2006), é preciso haver uma renovação, uma “Sociologia das Emergências”, ou seja, renovar a teoria incluindo o que foi anteriormente excluído, ausentado e omitido. Ou seja,

Por si só, a parcela marginalizada da população brasileira não tem condições de emergir do submundo em que vegeta. As elites dirigentes em todas as áreas podem arquitetar os melhores planos, alimentar os mais puros propósitos, mas sem a participação da maioria silenciosa, esses planos e propósitos não produzem efeitos positivos. (BELTRÃO, 2004, p. 61-62).

Essa forma de produzir o jornalismo no periódico *Tribuna do Norte* enquadra-se no que Santos (2009) chama ainda de Epistemologia do Norte. Isto é, segue os parâmetros ditados por um pensamento hegemônico criado no ocidente, nos Estados Unidos da América e na Europa ocidental. O que está fora destes tipos de modelos, não é dito como “bom” e deve ser, antes de tudo, evitado segundo o pensamento do Norte epistemológico. Se não é um conhecimento igual ao feito no Norte epistemológico, também deve ser tratado como válido, não se pode anaquilar com outras formas de vivenciar o mundo. Entretanto, apesar de ser localizado no sul geográfico, o jornal analisado deixa clara a sua condição de aprisionamento a um paradigma dominante, como considera Santos (2009), ao relatar sobre a cultura popular. Ou seja, o sul contém o norte, mas o norte também pode conter o sul, quando observam-se os guetos

marginalizados como definiu Beltrão (1971; 1980; 2004) em uma tentativa de expor a sua comunicação, mas que também são ferozmente silenciadas pelo pensamento hegemônico. Sobre tal condição Beltrão (2004, p. 35) alerta que:

Se tais constatações apocalípticas são feitas quanto aos países líderes do desenvolvimento, afigura-se-nos de muito maior importância que no Brasil e, geralmente, nos países latino-americanos, como nas novas nações africanas e orientais, se intente a investigação das formas de expressão e dos meios de comunicação de que se vale o povo para impor, às vezes de um modo inesperado, palpável, o seu pensamento e a sua vontade.

Em outras palavras, não se pode abandonar os valores locais, vivenciados pela cultura popular por serem considerados diferentes. Principalmente, em um grande fluxo de globalização como se vive neste começo de século XXI, em que a tendência é de uma homogeneização do pensamento ditado pelo que é hegemônico.

Logo, é preciso que os jornais como o analisado, tenham suas próprias formas de lidar com o que é local, é preciso dialogar com as diferenças como aconselha Santos (2006; 2009). Ou seja, como descreve Beltrão (2004, p. 110), “é necessário que haja uma socializante (...) a fim de que essas classes possam participar e ter benefícios do desenvolvimento”. Entretanto, isso ainda se configura muito longe, pois “Na prática, porém, a imprensa está dominada por grupos econômicos e em outras áreas pelo próprio Estado. Então, os limites da liberdade ficam difíceis de serem precisados. (BELTRÃO, 2004, p. 111). Isso porque o pensamento hegemônico não promove a liberdade de pensamento e tão pouco o diálogo com outras formas de saber, mas delimita o ser humano como discute Santos (2009).

Para além disso, Beltrão (2004, p. 62) lembra que não há assim comunicação, pois “a participação reclama comunicação: se não ponho em comum as ideias, sentimentos e informações de que disponho e não recebo de volta a reação do outro, jamais estaborecerei um elo entre mim e minha audiência”. Isto é, há a necessidade de a mídia dar voz ao que antes foram silenciados, escutando o conhecimento popular, valorizando a sua audiência, constatando que o popular reivindica o seu espaço na comunicação, coexistindo com o que é produzindo ainda no *modus operandi* “ortodoxo”, ou seja, ainda sob o pensamento hegemônico. Observa-se assim que não é somente nos jornais que se encontra o popular como ressalta Beltrão (2004, p. 117):

Não é somente pelos meios ortodoxos (a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica) – que, em países como o nosso – de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural – não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore.

CONCLUSÃO

Constata-se que, apesar de reportar sobre essas manifestações da cultura popular, o fotojornalismo do periódico escolhido para análise resgata parcialmente o sentido daquela cultura popular. Sendo assim, a partir da discussão trazida com a metodologia e a teoria abordadas sobre a fotografia jornalística, a investigação buscou desvendar o que não ficou dito pelo retrato impresso no jornal. Isto é, a cultura popular foi tratada em uma superficialidade, com um aparente propósito de venda de edições daquele jornal, não entrando no tema cultura popular com o intuito de trazer as manifestações e representações em sua essência, entendendo sua forma de ver o mundo, trazendo ao leitor os sentidos e os significados mais apurados. As informações que as duas metodologias e teorias aplicadas trouxeram foram importantes para atingir outras camadas da mensagem visual presentes naquela imagem.

Há uma imagem da cultura popular no jornal *Tribuna do Norte*, entretanto trata-se de um ponto de vista hegemônico, ou seja, trazendo aquele tema como um conhecimento menor, exótico, de uma aparente sociedade distante, quando na verdade, é parte da mesma sociedade cujo jornal está inserido. Observa-se que da cultura popular é construída um retrato a qual não põe aquela tradição como um conhecimento válido, levando em consideração o saber do senso comum um elemento como menor.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. **Folkcomunicação**: comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. São Bernado do Campo: UESP, 2004.

CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco Rocha. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BAAROS, Antonio. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. – São Paulo: Atlas, 2010, p. 110-124.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical**: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Ed. Senac, 2002.

LAMPEJOS DE São João: *Fim de Semana* visita tradicional da rua São João, em Lagoa Seca. **Tribuna do Norte**, Natal, 22 jun. 2012. Caderno Fim de Semana, p. 01.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa junina em Campina Grande - PB**: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: Editora Universitária - UFPB: 2007.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

PIERCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

PROCISSÃO ENCERRA festa do padroeiro do Alecrim. **Tribuna do Norte**, Natal, 30 jun. 2012. Caderno Natal, p. 08.

SANTO. **Tribuna do Norte**, Natal, 10 jun. 2012. Capa.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo**: para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez Editora, 2006.

_____,. **Una Epistemología del Sur**. La reinención del conocimiento y la emancipación social. México: Siglo XXI Editores, CLACSO, 2009.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 16ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

VASCONCELOS, Sara. Sagrado e profano se misturam nas festividades juninas. **Tribuna do Norte**, Natal, 10 jun. 2012. Caderno Natal, p. 03.