

Ativismo Folkcomunicação na Sociedade Midiatizada: Práticas de Resistência da Cultura Popular na Pandemia de Covid-19 em Sergipe¹

Arisvaldo Andrade SANTOS NETO²

Flávio Menezes SANTANA³

Universidade Tiradentes, Aracaju, SE

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

O presente estudo analisa as formas de comunicação e práticas de resistência utilizadas pelos ativistas da cultura popular durante a pandemia de Covid-19 em Sergipe. Para isso, aplicou-se entrevistas com as lideranças populares, aliadas a técnica de observação participante, com base no conceito de ativista midiático de Osvaldo Trigueiro. Constatou-se, portanto, a importância das mobilizações dos ativistas nas mídias sociais digitais, que se tornaram fator condicionante para a continuação das manifestações populares no período trabalhado.

PALAVRAS-CHAVE: Ativismo Midiático; Cultura Popular; Folkcomunicação; Pandemia de Covid-19; Sociedade Midiatizada.

INTRODUÇÃO – CULTURA POPULAR E A PANDEMIA DE COVID-19

Nas últimas décadas têm-se enfatizado as transformações tecnológicas e suas possibilidades, que perpassam os âmbitos políticos, econômicos, sociais e culturais. Dá-se respaldo a celeridade na qual as Tecnologia da Informação e da Comunicação (TICs) se introduzem, e as novas maneiras de comunicar que, seguramente, delimitam os rumos de uma sociedade cada vez mais midiaticizada (MORAES, 2018) e mantêm em movimento a reconfiguração social.

Com a chegada da crise sanitária provocada pelo novo coronavírus, em 2020, quando as atividades remotas tornam-se alternativas para suprir as necessidades sociais frente ao isolamento físico, a demanda por novos tipos de serviços promove um avanço mensurável na tecnologia. Assim, as mudanças que levariam anos (ou décadas) para serem implementadas adentraram repentinamente e afetaram o cotidiano social.

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 8º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Tiradentes (Unit), e-mail: arisvaldo.andrade@souunit.com.br

³ Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp); Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Tiradentes (Unit); Diretor financeiro (gestão 2019/2021) da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), e-mail: ms.flaviosantana@hotmail.com

No interior de qualquer reflexão sobre a temática, cabe questionar o lugar da cultura popular face as transformações do século XXI, sobretudo em período de reinvenção, com a migração para o virtual da forma de consumir cultura. Como já discutido em larga escala, a interferência da tecnologia no âmbito cultural pautou, por um lado, as discussões acerca da sobrevivência da cultura tradicional e sua submissão à lógica da Indústria Cultural (MARTÍN-BARBERO, 2010).

É fato que o folclore e a cultura popular estão historicamente fadados a enfrentar dificuldades na manutenção de suas práticas, seja pela falta de recursos e políticas públicas que melhor lhes atendam ou pela constante exclusão no espaço midiático. E não foi diferente no período de pandemia. O setor cultural foi um dos primeiros afetados com a crise e provavelmente um dos últimos a retomar as atividades devido às medidas de distanciamento físico.

Em Sergipe, importantes eventos culturais foram cancelados, a exemplo do São João, do Encontro Cultural de Laranjeiras, do Encontro Cultural de Japaratuba, do Encontro Cultural de Tobias Barreto e do Festival de Artes de São Cristóvão. Com as atividades presenciais afetadas – tão importantes no cotidiano dos praticantes da cultura popular, que além de entreter são espaços que geram renda e inclusão, – suas práticas se transformam e sua continuidade se torna um desafio. Somam-se, ainda, às perdas de brincantes, mestres e mestras que põe em questionamento a disseminação do conhecimento para as próximas gerações⁴.

Por outro lado, dá-se importância ao vínculo da localidade territorial onde se promovem as relações interpessoais e as trocas de informação no espaço virtual, o qual torna-se ponto de encontro das multidões marginalizadas (MARTÍN-BARBERO, 2010). Há de se considerar que os modelos de comunicação horizontais se tornam cada vez mais instrumentos de uma comunicação alternativa que busca, principalmente, atender as necessidades daqueles e daquelas que usufruem dos meios técnicos e das possibilidades do ciberespaço para expressar suas mensagens.

A concepção de comunicação em nível popular, expressas nas manifestações artesanais espontâneas, protagonizadas pelos agentes em situação de marginalidade (BELTRÃO, 1980), faz da folkcomunicação uma importante ferramenta metodológica

⁴ Menção especial aos brincantes da chegada de Zé de Biné de Itabaiana/SE; a brincante Efigênia do Grupo Ciranda de Roda de Lagarto/SE; ao Mestre Rindu das Caceteiras de São Cristóvão/SE, a Dona Iolanda, mestra do Samba de Coco da Barra do Coqueiros/SE; a Dona Carmelita, Rainha das Taieiras de Lagarto/SE; e tantos outros que se foram no período de pandemia.

voltada à compreensão das demandas das regionalidades na difusão de informações (SANTANA, 2020). É por esta perspectiva que Osvaldo Trigueiro (2006, 2018) identifica ativistas midiáticos que, movidos pelo interesse pessoal e coletivo do grupo social ao qual pertence, cumprem papel de intermediário cognitivo com o intuito de suprir deficiências de suas realidades por meio da apropriação e do uso da cultura midiática.

Considera-se ainda mais importante o papel ativista das lideranças folkcomunicacionais na intermediação da participação popular na mídia (TRIGUEIRO, 2006, 2018), seja ela a tradicional ou digital, e sua influência na delimitação de ações que visam resistir às limitações da pandemia de Covid-19 em Sergipe. A partir desta constatação o presente estudo busca analisar as formas de comunicação e as práticas de resistência utilizadas pelos ativistas da cultura popular.

Quanto às técnicas de coleta de dados, aplicou-se entrevistas presenciais e remotas com três ativistas do estado de Sergipe, com base no conceito de ativista midiático de Osvaldo Trigueiro (2006, 2008, 2018), aliadas à observação participante (PERUZZO, 2005). Para alcançar os resultados esperados, foi realizada uma análise do conteúdo coletado, baseada nos pressupostos de Laurence Bardin (1977).

Por fim, considera-se que este estudo contribui em dar respaldo ao ativismo folkcomunicacional, visibilidade às manifestações populares do estado de Sergipe⁵ e atenção à atualização dos conceitos folkcomunicacionais face às transformações provocadas pela pandemia de Covid-19.

FOLKCOMUNICAÇÃO E ATIVISMO NA SOCIEDADE MUDIATIZADA

Por essência, a folkcomunicação baseia-se no processo de comunicação popular constituído por indivíduos em situação de marginalidade, representados por lideranças que intermediam a comunicação com as instituições de comunicação (mídia hegemônica). A comunicação interpessoal, neste aspecto, emprega instrumentos eficazes em um processo de comunicação muito mais complexo, perdurado em outros fluxos, e para além da ideia generalizada de “recepção”.

⁵ É importante mencionar que neste mesmo período está em desenvolvimento um trabalho de conclusão de curso que visa propor uma estratégia de Comunicação por meio da mídia digital (Instagram) para manutenção da Identidade Cultural da Companhia de Artes Mafuá a partir da Folkcomunicação, de autoria do primeiro autor deste artigo.

Nesta perspectiva, a teoria parte de enxergar e compreender os grupos marginalizados – muitas vezes distantes e não diretamente engajados aos meios de comunicação –, pela sua condição de criar, reproduzir e contestar estereótipos e hierarquias constantemente transmitidos pelos meios de comunicação de massa e propor estratégias que contribuam na supressão dos problemas da comunicação. Seria, portanto, através das expressões da cultura popular que os grupos em situação de marginalidade buscam alcançar seus direitos e o exercer da cidadania plena.

Analisar a rede de comunicação cotidiana na sociedade contemporânea requer, antes de mais nada, a compreensão da existência de um campo de lutas entre os indivíduos e as diversas instituições sociais. Essa realidade constitui a sociedade midiaticizada, regida pela "tendência à "virtualização" ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação" (SODRÉ, 2002, p. 21) e que cumpre um campo complexo de constantes interações que se refletem nas relações sociais cotidianas das pessoas e dos grupos.

A esse ponto de vista, Anthony Giddens (1997) justifica que a experiência global tem penetrado e impactado nos acontecimentos da vida cotidiana, seja na comunidade local ou na vida pessoal dos indivíduos. Esse processo anuncia modificações profundas nos espaços tradicionais, sejam eles arbitrários ou não, visto que as “organizações, instituições e mídia, tecnologicamente articulados com o mercado e com os fluxos globalistas das sociedades contemporâneas” (SODRÉ, 2002, p. 153), se alimentam continuamente da cultura popular por um jogo de interesses comerciais e mercadológicos.

Faz-se importante lembrar que as transformações tecnológicas estão atreladas às velhas estruturas de poder, apesar de agilizarem a democratização (SODRÉ, 2002), que ora põe a convivência de um grupo social com outros novos grupos, ora a divisão e a invisibilização social (MARTÍN-BARBERO, 2010). Acredita-se que estes aspectos determinam a maneira como se dá o fluxo de informações. Na pandemia, observou-se o silenciamento das manifestações populares de Sergipe, e confirmou-se a noção de que estas só são pautadas quando é conveniente aos detentores do espaço midiático.

Conforme Douglas Kellner (2001), na sociedade midiaticizada a mídia hegemônica dita os rumos do cotidiano, como se deve ser, agir e pensar, em concordância ao sistema capitalista e as relações de poder vigente. Neste aspecto, frente ao conceito frankfurtiano de Indústria Cultural, essa mesma mídia segue um padrão que favorece a um modelo

industrial que permite a criação de mercadorias para atender aos interesses dos conglomerados transnacionais.

Face a esse conflito, Trigueiro (2018) entende que a recepção torna-se ativa, propícia a questionar as mensagens midiáticas e utilizar estratégias de leitura dos bens simbólicos e do uso dos bens materiais. Esse processo reflete-se em um campo de constantes negociações de incorporação de produtos midiáticos nas práticas cotidianas, responsáveis pelos ativismos midiático, avanços, transformações e renovações das culturas populares.

Nesta perspectiva, entende-se por ativista midiático da folkcomunicação o sujeito de referência da localidade que atua em defesa dos próprios interesses e dos interesses do seu grupo, responsável por mediar as interações entre o local e o global e suas consequentes transformações culturais por meio da formatação de práticas simbólicas e materiais para o uso na sua cotidianidade.

É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais (TRIGUEIRO, 2006, p. 05).

A ideia de mediação põe em evidência que não existe mais receptor passivo na audiência folkcomunicacional, todos os sujeitos detêm de um grau de participação em sua localidade, visto que “não existe o sujeito ausente ou sem a capacidade de decodificar o grande volume de mensagens chegadas através da comunicação hipermediática” (TRIGUEIRO, 2002, p. 5).

No entanto, há de se considerar que a ideia de recepção ativa não necessariamente é sinônimo de ativismo. O ativista folkcomunicacional se diferencia por assumir um papel de maior respaldo no processo de comunicação, já que “sua atuação dá-se não só no movimento de resistência, mas no movimento de cumplicidade, havendo astúcia entre as lógicas das interações face a face, corpo a corpo e as lógicas das interações midiáticas” (TRIGUEIRO, 2006).

Em atenção às demandas da sociedade midiaticizada, as festas populares se reinventam a partir do importante papel dos agentes intermediários que exercem negociações nos processos de midiaticização entre os significados da exterioridade – as indústrias de entretenimento e turismo, – e os das instituições locais que detêm do

calendário – igrejas, associações comunitárias, etc. – com o intuito de produzi-las e/ou realizá-las (TRIGUEIRO, 2018).

Diante disso, Cristina Schmidt (2006) destaca que a folkcomunicação consegue visualizar a mediação de interesses entre a cultura e o mercado na sociedade capitalista, e considera que “as estratégias de mediação precisam ser muito bem delimitadas, pois tende a esvaziar a autenticidade das relações, graças ao aparecimento de um conjunto econômico que objetiva apoderar-se de todas as manifestações da vida humana” (SCHMIDT, 2006, p. 90).

No que se refere a pensar a mediação como ativismo em defesa de direitos individuais e coletivos, o papel dos ativistas folkcomunicacionais parte de suprir deficiências de suas realidades por meio da apropriação e do uso da cultura midiática. Deste modo,

operam nas instituições locais e muito mais nas estruturas informais, espontâneas, em diversas situações, nos reclamos populares, para suprir as deficiências burocráticas e a prestação de serviços pelos setores públicos da maioria dos pequenos municípios brasileiros que, quase sempre, não atendem às suas necessidades básicas de educação, saúde, segurança, cultura, comunicação, meio ambiente e tantas outras (TRIGUEIRO, 2006, p. 8-9).

Na pandemia de Covid-19 em Sergipe, realidade trabalhada neste estudo, visualiza-se ainda mais relevante o papel do ativista folkcomunicacional. Frente ao distanciamento físico social, ao descaso do Estado nas mais diversas localidades marginais e a falta de atenção por parte da mídia hegemônica, esses representantes se desdobram em busca de visibilizar as manifestações por meio da apropriação das novas ferramentas de comunicação como estratégia da inclusão social, em consideração a conscientização da sociedade civil.

Neste sentido, Betania Maciel (2012) reforça a importância da consciência crítica das “classes dominadas” e o empoderamento que se estabelece com a valorização do saber em meio à luta pela transformação. Por esse ponto de vista, a pedagogia de Paulo Freire (1983) reforça que o processo de comunicação não é simplesmente uma transferência de saber, mas um encontro de sujeitos que põe em prática a significação dos seus significados. A mediação, neste caso, auxilia a comunicação entre duas partes, em diferentes tipos de interação, por meio de uma linguagem.

É então indispensável ao ato comunicativo, para que este seja eficiente, o acordo entre os sujeitos, reciprocamente comunicantes. Isto é, a expressão verbal de um dos sujeitos tem que ser percebida dentro de um quadro significativo comum ao outro sujeito (FREIRE, 1983, p. 46).

A intersecção entre comunicação e ativismo possibilita pensar uma comunicação a favor da cidadania que contraria a ideia hegemônica de visibilizar apenas o caráter técnico dos dispositivos midiáticos (SODRÉ, 2002). Portanto, processo de comunicação é considerado menos tecnicista e mais humanizado, já que os efeitos e os sentidos da comunicação não estão restritos aos meios, tal qual apontam Muniz Sodré (2002) e Jesús Martin-Barbero (2009).

O ativismo, em suma, se constrói como mecanismo de resistência aos ditames dominantes e legitima a importância da comunicação popular na sociedade midiaticizada. As novas ferramentas de comunicação permitem a participação de sujeitos que, antes silenciados, ganham o domínio da comunicação (DUTRA, SANTANA, 2018) e, por vezes, assumem posição ativista no panorama cultural no qual estão inseridos. Do mesmo modo que os instrumentos de dominação se atualizam, atrelados às novas ferramentas tecnológicas, e reafirmam ainda mais o poder dos meios de comunicação, a audiência da folkcomunicação se reinventa e, a partir de sua criatividade, faz-se ainda mais atuante em resistência aos ditames dominantes (SANTANA, 2021).

ATIVISMO FOLKCOMUNICACIONAL E PRÁTICAS DE RESISTÊNCIA NA PANDEMIA DE COVID-19 EM SERGIPE

O contexto de incertezas da pandemia de Covid-19 trouxe implicações diretas no âmbito popular, que historicamente vive em situação de marginalização. A fim de identificar as formas de comunicação e as práticas de resistência dos ativistas da cultura durante a pandemia de Covid-19 em Sergipe, aplicou-se questionários com três lideranças que atuam frente a grupos da cultura popular⁶. A escolha de cada liderança se deu pela sua atuação. Os questionários foram aplicados entre os dias 01 e 10 de agosto de 2021.

Sobre as lideranças entrevistadas: 1) Maria Ione do Nascimento tem 68 anos e é Mestre em Artes e Cultura Popular. Atua como presidente da Associação Folclórica de Lagarto (Asflag) há mais de duas décadas, na qual lidera doze grupos folclóricos. Em 2020 recebeu o título de mestra do grupo Folclórico Parafusos⁷, da mesma cidade, pela

⁶ As lideranças entrevistadas aceitaram ser identificadas neste estudo.

⁷ O reconhecimento da ALESE se deve a importância de Maria Ione na continuação dos Parafusos, embora não componha o folguedo. Depois da morte do último mestre, Sr. Gerson Santos Silva, também líder da

Assembléia Legislativa de Sergipe (ALESE)⁸; 2) Milton Raimundo Leite tem 57 anos, é Mestre de Artes e Cultura Popular, trabalha com Cultura Popular e é professor de Danças Populares. Lidera também o Reisado dos Professores há 15 anos; 3) Jose Elói dos Santos Filho tem 55 anos e é marcador de quadrilha. Atua no Instituto Xerém há 9 anos na promoção de ações para a terceira idade e como responsável pela Quadrilha Junina Peneirou Xerém. Contribui há mais de 40 anos com o movimento cultural junino.

De acordo com o roteiro de perguntas, que focou nas dificuldades enfrentadas pela cultura popular, com destaque às políticas de atenção à cultura popular, a retratação da mídia sergipana e as possibilidades de ativismo nas mídias sociais digitais, foram classificadas três categorias de análise, baseadas nos conceitos trabalhados, apresentadas nos tópicos a seguir. Para auxiliar a análise dos questionários, utilizou-se a observação participante, cujo objetivo parte de inserir os pesquisadores no ambiente investigado (PERUZZO, 2005), a fim de compreender melhor as práticas de ativismo folkcomunicação desenvolvidas⁹.

a) Participação da cultura popular na mídia sergipana

Os meios de comunicação exercem influência significativa na sociedade, a partir do seu papel informativo, influencia a opinião pública e impacta no cotidiano da vida social. No período de pandemia de covid-19 o papel do espaço midiático foi fundamental não só para o enfreamento da disseminação do vírus, mas também para o fortalecimento do âmbito social – e aqui faz-se importante lembrar da cultura popular.

No entanto, segundo os relatos, a cultura popular não teve espaço na mídia. “Geralmente a mídia sergipana não comenta, divulga ou considera as manifestações populares identitárias do estado” (LEITE, Informação oral, 2021). Para Nascimento (2021), a cultura popular só foi lembrada no período de divulgação da Lei Aldir Blanc (discutiremos sobre esta lei no próximo tópico), mas nada além disso – a mestra se referiu às emissoras de rádio de Lagarto e aos meios de comunicação de maior destaque no estado, localizados em Aracaju.

Associação Folclórica de Lagarto, Ione assumiu o cargo. Por ser mulher e não participar da dança, Eder Ferreira de Santana, mais velho brincante, tornou-se mestre também (SANTANA; DEDA, 2017a).

⁸ A ALESE lançou um projeto Mestres da Cultura Popular que tem por objetivo reconhecer mulheres e homens que se dedicam a dar continuidade às manifestações da cultura popular de Sergipe.

⁹ A observação participante aconteceu durante a execução das *lives* e oficinas desenvolvidas pelas lideranças no período estudado.

Santos Filho (Informação oral, 2021) diz que a mídia focou na covid-19, o que só foi favorável para estados e municípios e, possivelmente, para os próprios meios de comunicação. “E os excessos contribuíram para o aumento financeiro das instituições, dando uma analisada quando vem dinheiro para o estado, municípios... se algumas rádios, tv dependem de pró-labore aí já viu...” (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021).

Por unanimidade, todas as lideranças apontaram que os meios de comunicação poderiam dar projeção à cultura popular no período de crise. “A mídia tem um papel fundamental e papel forte de transformação. Precisamos estar atentos quando é para bem feitoria” (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021). Leite (Informação oral, 2021) lembra, inclusive, da importância dos meios no processo de interação com os praticantes, no entanto, não há espaço para isso. “Se desempenhassem suas funções sociais de divulgar, difundir, propagar, multiplicar, os meios de comunicação criariam uma ponte entre comunidade e brincantes promovendo saberes e fazeres, estimulando o reconhecimento e a identidade cultural” (LEITE, Informação oral, 2021).

b) Políticas de atenção a cultura popular durante a pandemia de Covid-19

Sobre as ações desenvolvidas em atenção à cultura popular no estado de Sergipe, as lideranças reforçaram a importância da Lei nº 14.017 de 29 de junho de 2020 denominada de Lei Aldir Blanc¹⁰, elaborada pelo Congresso, que auxiliou artistas e centros culturais através de editais públicos. Nascimento (Informação oral, 2021) reforça que o auxílio que foi primordial para a Asflag e a manutenção dos grupos e artistas populares, e sua retirada se deve, principalmente, à existência do Conselho Municipal de Cultura de Lagarto¹¹.

Eu não sei como iria ser não, porque aqui eu tenho internet, eu tenho contadora pra pagar, e a gente tem despesas, mesmo sem tá movimentando a gente tem despesa. [...] Os músicos, que foi uma situação terrível que eles passaram, o zabumbeiro mesmo que não tem trabalho (NASCIMENTO, Informação oral, 2021).

Nesta mesma perspectiva, Leite (Informação oral, 2021) e Santos Filho (Informação oral, 2021) contam que o auxílio foi importante, inclusive, para o

¹⁰ Para ter direito à renda emergencial da Lei Aldir Blanc, exigia-se atuação social ou profissional nas áreas artística e cultural, pelo menos 24 meses antes de sua publicação. Cada estado criou seu próprio cronograma e uma dinâmica para atender o setor cultural.

¹¹ O conselho foi criado por lei em 22 de dezembro de 2011, com o objetivo de prestar consultoria e assessoramento na formulação de políticas públicas de cultura, junto à Administração Pública do município, mas só em 2019 foi instituído oficialmente.

desenvolvimento das atividades virtuais. “[...] tentamos desenvolver algumas atividades através de lives, eventos, projetos de oficinas enfim, por ser contemplados com a lei, foi possível sua realização (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021).

Entretanto, as lideranças entendem que a lei sozinha não é suficiente se não houver participação. Em Aracaju, conforme Leite (Informação oral, 2021) e Santos Filho (Informação oral, 2021), os editais amenizaram a situação dos grupos e artistas populares, mas a distribuição aconteceu de forma limitada. “É lamentável, pelo que soube em relação aos valores, que muito do dinheiro foi doado pelo governo federal e os governos municipais e estadual limitaram as contas” (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021).

Além disso, a forma como os editais foram desenvolvidos se tornou um empecilho na hora da inscrição e não contemplou toda a cultura popular, já que exigia conhecimento técnico que nem todos os praticantes possuem. Este fato demonstra que as políticas devem ser pensadas de acordo com a realidade dos grupos a que se destina, o que, na perspectiva da folkcomunicação, se constitui com a atenção e a valorização do conhecimento e dos significados de cunho popular para total eficiência do ato comunicativo nas propostas de políticas públicas.

Quando falamos em editais é necessário entender que o conhecimento técnico exigidos nem sempre é conhecido pelos mestres, por conseguinte, observa-se dificuldade na inscrição, na montagem dos projetos e no cumprimento do prazo de entrega das propostas (LEITE, Informação oral, 2021).

Questionado sobre o que seria preciso para mudar a atenção do poder público em relação a cultura popular, principalmente no período de pandemia, Leite (Informação oral, 2021) enfatiza a necessidade de reforma nas políticas sociais para viabilizar o processo de identificação e valorização cultural,

[...] é preciso respeito a todos, principalmente aos mestres, muitos são trabalhadores rurais, carentes de políticas sociais, cujas dificuldades e a falta de apresentações principalmente nesse período pandêmico repercute em brincantes e mestres dependentes da empatia de pessoas de suas comunidades ou de fora delas (LEITE, Informação oral, 2021).

Por esse ponto de vista, Santos Filho (Informação oral, 2021) reforça a necessidade da manutenção das políticas existentes, de revisitar o que já tem sido feito, analisar seus efeitos e estabelecer vínculos com a comunidade a que se destina. “Então as políticas públicas, acho que seria permanentes e específicas, por exemplo, já existe um

projeto da prefeitura, mas como é a funcionalidade deles? E outras coisas são as estratégias que dentro do movimento junino temos dificuldades para desenvolver” (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021).

A realidade visualizada pela pandemia de Covid-19 demonstrou que a cultura popular, de fato, segue fadada a depender da vontade das ações políticas para ganhar reconhecimento. Em Lagarto, como afirmou Nascimento (Informação oral, 2021), não é novidade. A falta de incentivo por parte da prefeitura, independente da gestão, ainda é uma realidade. Por anos os grupos folclóricos enfrentam desprezo em muitas das atividades festivas da cidade, atrasos no pagamento de suas apresentações, e limitações no auxílio transporte, que nem sempre é imediato e efetivo.

c) Ativismo nas mídias sociais digitais

Com a falta de atenção por parte das políticas do estado e o silenciamento da mídia, as lideranças seguiram empenhadas no ativismo e nas práticas de resistência. Neste cenário, as mídias digitais se tornaram espaços de divulgação e reconhecimento cultural. Além de atingir um público maior por meio de *lives*, as mídias sociais digitais se tornaram pontos de encontros e serviram de estímulo, articulação e resistência dos grupos.

Na perspectiva da folkcomunicação, evidencia-se que na sociedade midiaticizada tem sido recorrente a adoção das plataformas de comunicação em alternativa aos ditames dominantes, fato que ganhou ainda mais impulso na pandemia.

Hoje em um clique recordações se destacam nas redes sociais como aconteceu durante vários meses, quando pessoas postando e falando dos encontros culturais que participaram criaram movimentos para estimular grupos a manterem suas atividades, incitaram planos para tempos posteriores (LEITE, Informação oral, 2021).

Além do mais, as publicações de fotos e vídeos contribuíram para divulgação e valorização que a cultura popular tanto necessita para sobreviver. “Nessa nova roupagem das redes foi possível realizar e assistir a várias lives sobre diversos temas dentro da cultura popular, permitindo que brincantes e mestres se manifestassem sobre suas produções, deixando acesa a chama do saber popular” (LEITE, Informação oral, 2021). A mesma realidade apresentada por Nascimento (Informação oral, 2021): “Eu que divulgo as coisa dos grupos, porque se não fosse o Instagram, o Facebook, que eu boto tudo pro povo ver que existe, né?”.

Ainda que não houvesse total conhecimento sobre as plataformas, a busca por estratégias foi intensa e refletiu nas formas de atuação, já que o período provocou mudanças nos hábitos da sociedade e, conseqüentemente, na forma de consumir cultura. “Foi um paliativo para a cultura, precisamos nos reinventar e o Instagram e Youtube por exemplo, com certeza a partir do conhecimento das suas funcionalidades foi muito bacana, procuramos aprender e [a mídia citada] contribui com a disseminação da cultura” (SANTOS FILHO, Informação oral, 2021).

Nascimento (Informação oral, 2021) organizou a transmissão de nove *lives* em 2020, em período específicos, e outras recentemente para marcar o período junino. Todas as apresentações foram exibidas e registradas no Instagram da Asflag. O equipamento ficou a cargo dos brincantes, que utilizaram seus próprios *smartphones*. Leite (Informação oral, 2021) e Santos Filho (Informação oral, 2021) promoveram oficinas de danças presenciais¹² com o auxílio de equipamento próprio para divulgação e utilizaram uma metodologia teórico-prática.

Por outro lado, em um cenário de complexidades – dificuldades financeiras, a perda e o afastamento de alguns brincantes –, muitos se dedicaram a participar de reuniões e levantar questionamentos aos representantes políticos. Nascimento (Informação oral, 2021) continuou a defender os direitos dos grupos folclóricos – seja na própria associação ou no conselho de cultura –, que além das limitações causadas pelo período, seguem silenciados na atual gestão da prefeitura da cidade e na mídia sergipana.

Santos Filho (Informação oral, 2021) conta que participou, junto aos marcadores, da elaboração de um material para as quadrilhas juninas que buscou contemplar as necessidades dos quadrilheiros no período vigente. Já a atuação de Leite (Informação oral, 2021) se concentrou no contato com as pessoas diretamente relacionadas ao âmbito cultural de Sergipe e, principalmente, em Aracaju. Dentre uma das discussões, o líder lembra do projeto de auxílio emergencial destinado a mestres e mestras da cultura popular, proposta ainda em discussão, que será entregue à ALESE para apreciação¹³.

¹² Milton Leite ministrou a oficina ‘Vivência nas danças populares de Sergipe’ e José Elói dos Santos Filho a de ‘Xaxado Xerém’. Ambas foram pensadas para ensino remoto, através da plataforma *Google Meet*, porém, devido a necessidade da vivência, essencial para entender os movimentos e a relação da dança com a formação dos grupos, foram realizadas presencialmente, com todos os protocolos sanitários.

¹³ Trata-se de um projeto de lei que tramitou na ALESE e que foi rejeitado pelo governo depois de ser aprovado pelo Conselho de Cultura. A minuta solicita a implementação do auxílio mensal de dois salários mínimos para mestres e mestras, reconhecidos pela comunidade e pelo trabalho desenvolvido, que têm passado dificuldades para sobreviver. Atualmente o projeto de lei será apresentado novamente na ALESE com os devidos recursos e aprovação dos deputados.

Muitas foram as estratégias criadas para alimentar uma rede de solidariedade, e serviram de afago para compartilhar tristezas e conquistas, ainda que estas tenham sido tão limitadas. “Nesse período conseguimos ajudar através de cestas básicas, conversas e orientações algumas pessoas que se mostraram mais necessitadas e disponíveis” (LEITE, Informação oral, 2021).

Por outro lado, a prática intensiva se constituiu também como fator de desinteresse e falta de ânimo. “[...] estamos a um ano e oito mês em encontros online, cujas participações são menos efusivas e é mais difícil manter a concentração dos participantes” (LEITE, Informação oral, 2021). Enquanto as atividades eram desenvolvidas remotamente, muitos dos brincantes apresentaram indisposição para ensaios e isso causou desestímulo para a continuidade de muitas manifestações.

Diante disso, Nascimento (Informação oral, 2021) relata que o retorno das atividades presenciais, com atenção aos protocolos sanitários exigidos, já é uma realidade, e isso tem levantado a autoestima de muitos brincantes e artistas populares. Já no início do segundo semestre de 2021, conta ela, alguns dos grupos folclóricos foram convidados para apresentações culturais nas cidades de Laranjeiras e Moita Bonita, em Sergipe.

Em outros estudos a respeito do Grupo Folclórico Parafusos, uma das manifestações da Asflag, discutiu-se sobre a importância da figura do mestre folclórico que assume a responsabilidade de manter a união de seus membros e a continuidade da prática diante de políticas pouco efetivas e das limitações causadas pela falta de reconhecimento na sociedade que atuam (SANTANA; DEDA, 2017a, SANTANA; DEDA, 2017b). Agora, frente a pandemia de Covid-19, as medidas tomadas pelas lideranças demonstram capacidade argumentativa de exprimir opiniões e anseios pelo reconhecimento e aceitação, principalmente em um cenário de desorientação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As reflexões aqui apresentadas, baseadas nos dados coletados, demonstram a necessidade de sobrevivência da cultura popular, face a falta de recursos e políticas públicas que melhor lhes atendam e pela constante exclusão no espaço midiático, além das limitações impostas pela pandemia de Covid-19. O papel dos ativistas da folkcomunicação tornou-se ainda mais significativo, tanto para suprir as necessidades de comunicação quanto para aliviar os impactos do período.

Os relatos demonstram que a utilização das mídias sociais digitais foi uma estratégia fortalecedora de ativismo midiático das lideranças atuantes como mediadoras, e que já não são dependentes da mídia hegemônica, e se tornou fator condicionante para a continuação das manifestações populares no período trabalhado. As mobilizações dos ativistas sergipanos, por meio da difusão de mensagens em canais como YouTube, Instagram e Facebook, foram relevantes na execução das práticas de resistência e denunciam o descaso por parte das políticas municipais e estaduais. Além disso, refletem a importância no reconhecimento e valorização cultural do estado de Sergipe.

Infere-se, portanto, que a comunicação do povo tem se reconfigurado e ganha ainda mais relevância na sociedade midiaticizada. Apesar de nem sempre surgir da imaginação e da espontaneidade, já que cada vez mais sofre forte interferência de condicionamentos socioculturais, se envolve com a cultura digital e garante mobilizações sem perder seu caráter popular. Destaca-se a relevância das mídias digitais, enquanto espaços de suporte e disseminação popular, e dos ativistas midiáticos da folkcomunicação.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre, EDIPUCRS & FAMECOS, 2014.

DUTRA, A.; SANTANA, F. M. *Marginalizados online: da teoria de Luiz Beltrão à Sociedade em Rede*. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 19., 2018, Parintins. **Anais [...]**. São Paulo: Rede Folkcom, 2018.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997, p. 73-134.

KELLNER, D. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. (Org.). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 5 ed. Rio de Janeiro: Record, 2010, p. 57-86.

MORAES, D. Apresentação. In: MORAES, D. (Org.) **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2018, p. 09-12.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1983.

PERUZZO, C.M.K. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). (Org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 125-145.

SANTANA, F. M.; DEDA, T. A. A influência do líder de opinião nas ressignificações do grupo folclórico Parafusos. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 18., 2017, Recife. **Anais [...]** São Paulo: Rede Folkcom, 2017a.

SANTANA, F. M.; DEDA, T. A. A Folkcomunicação a partir do grupo folclórico Parafusos. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 19., 2017, Fortaleza. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2017b.

SANTANA, F. M. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju: uma análise folkcomunicacional**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.

SANTANA, F. M. Líder de Opinião e Ativismo Midiático: o Papel das Lideranças Folkcomunicacionais na perspectiva da Sociedade em Rede. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 20., 2021, São Luís. **Anais [...]** São Paulo: Rede Folkcom, 2021.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006, p. 89-100.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

TRIGUEIRO, O. M. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 4, n. 7, p. 1-13, jan./jun. 2006.

TRIGUEIRO, O. M. A folkcomunicação no contexto da sociedade globalizada: do líder de opinião ao ativista midiático. In: MARQUES DE MELO, J.; TRIGUEIRO, O. M. (orgs). **Luiz Beltrão: Pioneiro das Ciências da Comunicação**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB / INTERCOM, 2008, p. 139-148.

TRIGUEIRO, O. M. Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação, **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 16, n. 37, p. 84-100, jul./dez. 2018.