

Comunicação Popular na preservação das tradições culturais¹

Juliana Rodrigues de AQUINO²

Tanammy Alves FREIRE³

Rodrigo APOLINÁRIO⁴

Universidade Federal de Campina Grande, PB

RESUMO

Este artigo tem a pretensão de apresentar a partir da teórica desenvolvida pela comunicação popular, como os meios de comunicação desse gênero trabalham para a divulgação e preservação das tradições culturais. Visto que o processo de globalização e industrialização vêm interferindo na construção e disseminação da cultura é importante frisar como a mídia de cunho popular tem papel importante nesse contexto. Dessa forma também será mostrado como a relação entre comunicação e cultura passa a efetivar a construção de novos significados, como é realizada a apropriação cultural pela grande mídia abordando de que forma a mesma retrata as manifestações de cunho popular. Metodologicamente este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica destacando alguns autores que trabalham com a temática apresentada para assim retratar de que forma a comunicação popular passa a ser um instrumento importante para a valorização e preservação das tradições culturais visto que sua forma de atuação passa a ter o povo como agente transformador da mensagem.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Popular; Cultura Popular; Tradições; Mídia Massiva.

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 29 de junho a 01 de julho de 2017.

² Graduada em Comunicação Social (Educomunicação) pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), email: julianarodriguesaquino@gmail.com

³ Graduada em Comunicação Social (Educomunicação) pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), email: tanammy@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor Substituto do Curso de Comunicação Social (Educomunicação) da UFCG. Jornalista graduado pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Mestre em Literatura e Interculturalidade, Linha Cultura Popular e Práticas Simbólicas, pela Universidade Estadual da Paraíba. email: rodrigoapol2@gmail.com

Introdução

Com os avanços tecnológicos e o acelerado processo de globalização as sociedades passaram por diversas transformações. A rotina, os costumes e hábitos sofreram modificações, como também o jeito de se comunicar. Com os novos dispositivos móveis o mundo passou a viver mais conectado a cada dia, assim, culturas e valores começaram a ser trocados e conhecimentos foram compartilhados.

Os meios de comunicação exercendo forte influência sempre participaram da construção da cultura bem como de identidades culturais e sociais. Dessa forma seu papel passou a ter mais destaque. Sabemos também que em junção com todos esses fatores a indústria foi concomitante nesse processo passando a gerar cada vez mais lucro para aqueles que fazem parte do processo de construção e venda de produtos relacionados ao ambiente midiático.

Nesse contexto de trocas e da construção e modificação das culturas vemos que nos dias atuais a ameaça a perda das tradições vem gerando uma série de discussões. A mídia tradicional que não fazendo seu papel, deu mais espaço para que a comunicação popular vinhesse a valorizar e preservar as tradições culturais. A comunicação popular caracterizada por ser dialógica, participativa, alternativa e democrática, tem o povo como agente produtor. Assim a construção de sua mensagem não vem daquele que olha, mas de quem está inserido no contexto ao qual pertence. Esses veículos de comunicação têm por objetivo usar da própria comunicação para a busca de melhorias sociais, econômicas, políticas e culturais. Assim sua atuação voltase para a promoção de políticas públicas.

Abordando toda essa problemática o presente artigo tem por objeto mostrar como a comunicação popular, bem como seus veículos de comunicação trabalham para preservação e divulgação das tradições. Metodologicamente o trabalho caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica tendo como base os seguintes autores: Peruzzo (2006), Santaella (2000) e Souza (s.d). Assim será destacado abaixo um pouco da história desse tipo de comunicação, a relação entre comunicação e cultura, a forma como a mídia retrata a cultura popular e como a comunicação popular ganha papel de destaque nesse ambiente promovendo a valorização e propagação da cultura através da sua atuação.

2 Um breve resumo sobre a Comunicação Popular

A partir dos anos 1960 o Brasil passa a viver dias difíceis em que a política, a economia e o social estão cada vez mais adentro em uma crise. Uma crise não só de números, mas de ideologias e modos de pensar. A situação do Brasil era tão difícil que alguns setores da sociedade passaram a defender a intervenção militar no país, mas o que não sabiam ou fingiam desconhecer é que esse tipo de atitude não iria melhorar a situação ao qual o país se encontrava. Foram 21 anos de tortura, restrição e abuso de poder. A População foi perdendo direitos básicos, dentre eles a liberdade de expressão.

Não se podia fazer críticas, comentários sobre o governo. Muitos meios, como os jornais, foram censurados e fechados.

Nesse cenário de guerra ao qual o Brasil se encontrava surge nos anos de 1970 e 1980 movimentos populares que passam a lutar pela volta dos direitos retidos pelo governo e pelo restabelecimento da democracia. Assim emergindo de grupos e movimentos populares nasce a comunicação popular. Esse tipo de comunicação tem caráter mobilizador emergindo de organizações e grupos. Trata-se de uma forma de expressão de segmentos excluídos da sociedade. (PERUZZO, 2006). Também denominada de comunicação alternativa, participativa e dialógica esta tem o povo como agente transformador. A comunicação popular é feita pelo povo e para o povo na busca de políticas públicas que visem suprir suas necessidades, tornando-se um instrumento político das classes mais baixas, externando, também, seu anseio por um mundo mais justo e igualitário. Segundo Cicilia Peruzzo, uma grande estudiosa nessa área, a comunicação popular “possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo, tendo o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo” (PERUZZO, 2006, p.4). Nesse sentido a sua função passa a ter não apenas uma roupagem informativa, mas também a função de levar conhecimento para as pessoas, estabelecendo um elo importante com o processo de ensino- aprendizagem. Os envolvidos não constroem, apenas, a mensagem, mas a entendem em todo o seu processo. O indivíduo passa, também a ter autonomia, tornando-se produtor da informação. Nesse contexto Peruzzo nos fala que:

Por comunicação popular se pode compreender processos comunicativos variados porque na realidade ela é exatamente isso. Ela vai de pequenos veículos de comunicação dirigida, à comunicação

grupais e até perpassa espaços nos meios massivos, como dos veículos orais, impressos, visuais e audiovisuais. E ainda por se realizar com metodologias não uniformes. (PERUZZO, 1991, p.70)

Assim a comunicação popular atua em diversas vertentes da sociedade contemplando o uso de diferentes veículos comunicacionais e concentrando suas atividades na garantia de direitos. Visto que a comunicação é uma lei universal, ela não pode ser restrita a um aparelho de TV ou rádio em casa, mas a fazer propriamente comunicação.

Pela comunicação popular vir de grupos, organizações, sindicatos a mesma luta por questões políticas, sociais e econômicas, assim, sua formação engloba questões que discutem a garantia de direitos básicos. Alto falantes, cartazes, carros de som, folhetos são algumas das formas simples de mídia, utilizadas por esse tipo de comunicação. Mas sabe-se que com a vinda das novas tecnologias não só na comunicação popular, mas em todas de forma geral, estas tiveram mais autonomia e alcance para se expressar. O barateamento de aparelhos bem como a democratização da internet foram fatores importantes para sua expansão. A comunicação como um todo passou a ser beneficiar desse processo. Assim o custo-benefício fez com que grupos, organizações e movimentos sociais pudessem ter mais espaço.

2.1 Comunicação e Cultura

Nesse contexto da efetivação e benefício da comunicação popular sua forma de atuação passa a promover o uso da educação na promoção da construção de práticas culturais na medida em que trabalha questões voltadas para um público que se torna seu próprio agente transformador. Sabemos que ao longo dos anos a mídia tradicional, de uma forma geral, vem esquecendo ou não querendo propagar valores construídos no seio das nossas tradições. Dessa forma muito se tem perdido. Certo que transformações são naturais e, por vezes, necessárias, mas o que vem ocorrendo é uma perda que no futuro não muito distante pode acarretar o esquecimento das tradições. Assim a comunicação popular tem um papel tão importante, mas que se vê ameaçada pelos grandes conglomerados de comunicação. Nesse contexto, em caráter ideológico, destacam-se dois campos, que em suas dependências, passa a construir novas formas de sociabilidade: a comunicação e a cultura.

Não é possível pensar em cultura sem relacioná-la ao campo da comunicação, pois sem comunicação seria impossível construir cultura. A comunicação é força motriz da humanidade, sem ela não seria possível criar laços, construir relações de trabalho, disseminar ideias, entre outras coisas. Para Santaella (2000), uma grande estudiosa nessa área, a função comunicativa é essencial para que a cultura se atualize, pois não é possível construir relações sociais sem os agentes comunicativos. E se as mídias são antes de tudo veículos de comunicação, a cultura torna-se inseparável da comunicação. Assim a cultura da mídia passa a promover a interação de diversos códigos e signos, produzindo no receptor, efeitos comunicativos diferenciados e específicos. (SANTAELLA, 2000). A cultura da mídia posiciona a informação como elemento essencial no processo comunicativo e os veículos de comunicação as tratam de maneiras distintas abrindo margem para diversas interpretações. O receptor decodifica a mensagem de acordo com o contexto social ao qual está inserido, por isso os meios não conseguem observar com detalhes a maneira como a informação chega ao receptor.

A partir desse olhar em que a cultura passa a ser construída mediante as perspectivas comunicativas é preciso ressaltar como a mídia retrata a cultura destacando como a mesma aborda suas tradições. No tópico a seguir será discutido isso de forma mais detalhada.

3 As tradições culturais retratadas pela mídia

Com o processo de globalização, a interferência da indústria e o surgimento das novas tecnologias, o jeito de fazer comunicação mudou. O rádio, a TV e o jornal passaram a funcionar em um universo mais aberto e com maior alcance. A internet possibilitou que a mídia passasse a ter maior visibilidade, visto que com o barateamento dos aparelhos a sociedade passou a viver mais conectada. Nessa troca constante de informação, a disseminação de práticas e manifestações culturais ganharam novas roupagens. Programas, novelas, desenhos, séries passaram a ser desenvolvidos mediante a realidade a qual a sociedade estava inserida. Hoje, a construção do saber perpassa pela forma que os meios de comunicação disseminam ideias e informações. Empresas, conglomerados, organizações obtiveram espaço para interferir na forma como a mensagem é passada. Assim segundo Martins “Nossas experiências culturais são afetadas pelo desenvolvimento de sistemas de comunicação de massa”(p.107). Por isso

é preciso compreender que o desenvolvimento tecnológico está intimamente ligado com o desenvolvimento cultural e este com o desenvolvimento industrial. Nesse sentido Barbero (2006) citado por Haussen (2005) nos fala que:

O que a revolução tecnológica introduz em nossas sociedades não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar, transforma o conhecimento numa força produtiva direta. (MARTIN BARBERO, 2006, p. 54 apud HAUSSEN, 2005, p.4).

Nesse contexto a cultura popular sendo apropriada pelos meios massivos gera novos significados deturpando, por vezes aqueles que estão nas raízes de sua história. Essa apropriação é o que o pesquisador Luiz Beltrão, estudioso da área, denomina de Folkmídia. Entende-se a Folkmídia “como o processo em que a mídia se apropria de manifestações folclóricas, as adapta, e devolve ao público em massa as manifestações da cultura popular.” (SOUZA, s.d. p.5)

Essa devolução sofre mudanças e, portanto, passa a preocupar aqueles que defendem as tradições. A forma como os meios dissemina a cultura popular perpassa por transformações que por vezes, deturpam sua formação original. Nesse aspecto a comunicação popular e a mídia alternativa constituem-se como veículos importantes para a preservação e disseminação da cultura.

4 A comunicação popular na valorização e preservação das tradições culturais

Com as constantes mudanças ocasionadas pela globalização e industrialização os povos, comunidades e grupos sentiram a necessidade de preservar suas tradições, pois perdê-las é o mesmo que apagar suas identidades. Por isso é preciso que a atual geração ensine e propague as futuras os valores que a cultura pode oferecer. A globalização torna-se uma vilã na medida em que aspectos de uma cultura interfere na outra. Bounoux, em seus estudos nos fala da interferência desse processo na sociedade de uma forma geral, transformando suas colunas. A globalização assume-se como paradigma que engloba aspectos econômicos, sociais e culturais ameaçando

“partes inteiras (BOUGNOUX, 1999: 189). Este movimento tão mais frequente com as constantes mudanças tecnológicas precisa ser usado para propagar entre os povos seus valores e suas tradições

Nesse contexto, os meios de comunicação tornam-se agentes propagadores de cultura e veículos importantes para a preservação de seus valores. Sua forma de atuação caracteriza-se pelo comprometimento com valores éticos e cidadãs. Assim os meios de comunicação com viés popular e alternativo passam a trabalhar uma comunicação mais aberta e participativa, promovendo algo que não é visto nos meios comerciais. Segundo Beltrán “os meios de comunicação são propagadores dos mitos, normas e valores das minorias oligárquicas e, como tais, instrumentos da comunicação vertical e alienante, encarregados de auxiliar na subjugação dos oprimidos” (BELTRÁN, 1981 p. 26). Nesse sentido estes meios de comunicação transformam o receptor em um sujeito passivo, transmitindo ideologias dominantes e deixando de lado os interesses das minorias. Em contrapartida a esses meios, a comunicação popular passa a promover um tipo de comunicação que valoriza o povo, transformando assim a realidade. Segundo Peruzzo:

A Comunicação Popular é portadora de um conteúdo crítico da realidade e reivindica a construção de uma sociedade mais justa. Como produto de uma situação concreta, seu conteúdo nos últimos anos é essencialmente composto por denúncias sobre as condições reais de vida, críticas às estruturas de poder geradoras das desigualdades, convite à participação e organização, reivindicações de acesso a bens de consumo coletivo etc. (PERUZZO, 1995, p. 37)

Para a conservação das tradições a comunicação popular atue de maneira a entender e propagar as diferentes maneiras de expressão das mais variadas culturas expressa em suas manifestações: danças, rituais, crenças e costumes. Assim a comunicação popular deixa de lado um pensamento da indústria cultural que acaba por distorcer suas raízes. Este tipo de comunicação atua na realidade das pessoas de modo que passa contribuir com a sociedade. Desse modo é através da comunicação que a cultura constrói sua identidade, assim a comunicação popular que entrelaçada com os valores das tradições fomenta novos símbolos e significados adaptando-se ao contexto a qual está inserida.

Festas populares da Região Nordeste, a exemplo do São João, que há alguns anos vem sendo transformada pela indústria e pela mídia hegemônica é tratado de forma prioritária pelos meios de comunicação populares, visto que uma das pretensões desse tipo de comunicação é promover a valorização das tradições. Dessa forma os meios com esse viés passam a disseminar aquilo que não é passado pela mídia comercial. Mas assim como festas, a comunicação popular também busca, como dito em linhas anteriores, a busca da garantia dos direitos básicos da sociedade. Meios de comunicação que pertencem a comunidades, organizações e movimentos sociais trabalham para a efetivação de políticas públicas. O jornal comunitário, cartazes, alto falantes, cordéis são meios usados para elaborar um tipo de comunicação que se distingue daquela apresentada pela mídia hegemônica. A divisão do tempo em alguns jornais e programas de TV, por exemplo, torna-se injusto na medida em que temas menos relevantes passam a ganhar mais destaque, assim a cultura fica sem espaço. Peças de teatro, espetáculos, lançamentos de filmes e livros, shows artísticos ganham pouca relevância em comparação a outros assuntos que acabam sendo mais trabalhados. Por isso meios de comunicação populares são tão importantes, pois além de tratar de assuntos que valoriza a cultura e suas tradições também constrói uma abordagem diferenciada, dando mais tempo a temas desse viés e tendo o povo como construtor da mensagem o que a torna mais rica em conteúdo e informação.

Os cordéis como citado acima é um exemplo disso. A linguagem utilizada em sua construção é de acordo com o nível de escolaridade daqueles que produzem e tem acesso ao material. Os temas tratados são os mais diversos: política, economia, cultural, são alguns exemplos. Os cordéis também são usados na reivindicação de melhorias para o povo, assim este meio é muito mais do que um conjunto de folhas, é um acervo que além de levar informação e conhecimento para as pessoas é um grande propagador da cultura popular. Por isso meios de comunicação popular como estes são tão importantes.

A mídia popular impulsiona a propagação da cultura em sua forma mais genuína e fiel. Sua autonomia e priorização pelos interesses sociais e culturais são retratos da sua atuação. Por isso não é apenas importante falar da cultura, mas priorizar por elementos essenciais que a propague. A comunicação popular acaba por desempenhar essa função. Sua atuação na sociedade promove um jeito de fazer comunicação que prioriza as

pessoas não como agentes receptivos, mas sim ativos do processo de construção das mensagens.

Considerações Finais

Com olhar mais aberto e enxergando a importância dos meios de comunicação na efetivação de uma comunicação mais aberta e participativa percebemos que com a falta de interesse dos grupos midiáticos massivos pela cultura tradicional, a comunicação popular passou a ser um meio importante para a propagação e valorização da cultura na medida em que os seus interesses atende as necessidades do povo. Esse tipo de comunicação tem o indivíduo como agente produtor da mensagem, o que o torna um ser mais crítico em relação ao conteúdo propagado pela mídia tradicional. Dessa forma a cultura e suas tradições são mostradas de acordo com sua riqueza, sem deturpação. Assim a comunicação popular atende os anseios do povo, mostra os valores e os costumes que os mesmos construíram passando a efetivar aquilo que faz parte da construção da sociedade.

Por também ter nascido no seio popular, este tipo de comunicação efetiva a relação entre cultura e comunicação, na medida em que essas duas áreas promovem o surgimento de novos códigos e novas formas de sociabilidade, pois como foi discutido neste artigo não existe cultura sem comunicação. Assim sendo, a comunicação popular ao interagir com essas duas áreas acaba por contribuir para a disseminação de suas tradições.

Referências

BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. **Comunicação e Sociedade**: revista do Programa de Pós- Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista. São Paulo: Cortez, n.6, p.5-35, 1981.

BOUGNOUX, D. **Introdução às ciências da comunicação**. Bauru: EDUSC, 1999.

HAUSSEN, Doris Fagundes. **Comunicação, cultura e sociedade digital no Brasil**. In: XIV Encontro da Compós, 2005. Disponível: http://compos.com.puc-rio.br/media/g6_doris_fagundes.pdf. Acesso em: 21 Abril de 2017.

LÓSSIO, Rúbia Aurenívea Ribeiro; PEREIRA, Cesar de Mendonça. **A Importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local**. In: II ENECULT, 2007, Bahia. Disponível: http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio_Cesar deMendoncaPereira.pdf. Acesso em: 27 Abril de 2017

PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Revisitando os conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária**. In: XXIX Intercom, 2006. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia%2BPeruzzo%2B.pdf>. Acesso em: 10 Abril de 2017.

_____. **A participação na comunicação popular**. Tese de doutorado. São Paulo: ECA/USP, 1991.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2000.

SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues. **Folkmídia e indústria cultura: viola, minha viola e Sr.Brasil**. ENCIPECOM. S.d Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/c/cc/55A_Folkmidia_e_sua_relacao_-_Maria_Isabel.pdf. Acesso em: 27 Jan de 2017.

MARTINS, V. L. **Mídia, identidade cultural e sociedade**. Revista CientíficaIntr@ciência, São Paulo, p. 107-112, s. d.