



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: MÍDIA E COTIDIANO

LUCY REGINA FARIAS DE MELO MIRANDA COSTA

A MÍDIA E AS APROPRIAÇÕES DO PATRIMÔNIO VIVO PERNAMBUCANO NO
CONTEXTO DO ATIVISMO FOLKMIDIÁTICO

JOÃO PESSOA
2010

LUCY REGINA FARIAS DE MELO MIRANDA COSTA

**A MÍDIA E AS APROPRIAÇÕES DO PATRIMÔNIO VIVO PERNAMBUCANO NO
CONTEXTO DO ATIVISMO FOLKMIDIÁTICO**

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Osvaldo Meira Trigueiro

JOÃO PESSOA
2010

LUCY REGINA FARIAS DE MELO MIRANDA COSTA

**A MÍDIA E AS APROPRIAÇÕES DO PATRIMÔNIO VIVO PERNAMBUCANO NO
CONTEXTO DO ATIVISMO FOLKMIDIÁTICO**

Dissertação apresentada como requisito para a
obtenção do grau de Mestre em Comunicação, no
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da
Universidade Federal da Paraíba.

Aprovado pela Banca Examinadora em ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Osvaldo Meira Trigueiro (Orientador) PPGC/UFPB

Prof. Dr. Wellington Pereira (Examinador Interno) PPGC/UFPB

Prof. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Examinadora Externa) PPGEM/UFRN

Dedico este trabalho a meus pais, minha irmã e ao meu noivo que em todos os momentos estiveram ao meu lado, me dando forças e não permitindo que eu desistisse.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus que durante essa minha caminhada curou-me diversas vezes das incertezas, deu-me sabedoria e permitiu-me chegar até onde eu cheguei.

Agradeço a meus pais, pela educação que me proporcionaram, pelo carinho e atenção que sempre tiveram a mim.

Não posso deixar de agradecer a minha irmã, minha melhor amiga, e, certamente uma das pessoas fundamentais para eu estar concluindo mais essa etapa.

Ao meu noivo Ricardo pelo apoio incondicional, pela compreensão, pelo carinho e por tantas vezes que enxugou minhas lágrimas quando pensei que não iria conseguir.

Com uma gratidão muito especial, preciso agradecer a minhas amigas de trabalho, em especial Franci e Luciana, pela compreensão das vezes que tive que me ausentar para dar andamento ao meu mestrado.

Quero ainda agradecer a três pessoas bem especiais (Joane, Bárbara e Lucas) que no nosso convívio diário e com nossa amizade tem contribuído para tornar meus dias mais fáceis.

Muito obrigada a amiga e professora Patrícia Moraes, pela paciência de ler e dar sugestões relevantes ao meu trabalho.

Por fim, agradeço ao meu orientador, o professor Osvaldo Trigueiro que apesar das minhas dificuldades conseguiu me conduzir para que eu concluísse mais essa etapa.

COSTA, Lucy Regina Farias de Melo Miranda. **A Mídia e as Apropriações do Patrimônio Vivo Pernambucano no Contexto do Ativismo Folkmediático**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal da Paraíba, UFPB, 2010.

RESUMO

A Lei de Registro de Patrimônio Vivo Pernambucano pode ser identificada como um instrumento do Estado que procura registrar e proteger os produtores da cultura popular de Pernambuco, trazendo para o contexto do ativismo midiático identifica-se a ocorrência de uma institucionalização e porque não dizer, uma estatização das atividades populares representativas para o Estado. É nesse sentido que o Estado também está contribuindo com o ativismo folkmediático. O Estado dá respaldo para que os ativistas folkmediáticos já registrados possam atuar em suas redes comunicacionais. Além de representantes de seus grupos de origem os Patrimônios Vivos passam a serem representativos da identidade e da cultura de Pernambuco. Naturalmente sabe-se que, ao reconhecer esses grupos e pessoas como ícones produtores e disseminadores da cultura popular pernambucana, o Estado já projeta de certa forma um pouco sua identidade cultural e, sem dúvidas, a mídia, em particular nesse estudo, o Jornal do Commercio e o site pe360graus são veículos que permitem que o alcance e a abrangência desta projeção tornem-se ainda maior. Este estudo busca entender como se processam as mediações entre os patrimônios vivos, o Estado, a sociedade e a mídia, todos esses aspectos vistos sob a ótica do ativismo midiático realizado por esses patrimônios vivos.

Palavras-Chave: Patrimônio Vivo. Ativista folkmediático. Mídia.

ABSTRACT

The Law of Registration of the Patrimônio Vivo Pernambucano can be identified as an instrument of the State which aims to record and protect producers of the popular culture of Pernambuco, bringing in the context of media activism, we identify the occurrence of an institutionalization and why not say, a nationalization of the popular activities representative for the state. That's why the state is also contributing to the folkmedia activism. The state gives support to the folk media activists, already registered, be able to act in their communication networks. As well as representatives of their origin groups, the Patrimônio Vivo become a representation of the identity and culture of Pernambuco. Of course we know that by recognizing these groups and people as producers and disseminators icons of the popular culture in Pernambuco, the state somehow projects a little of its cultural identity and, having no doubts, the media, in particular the one being part of this study, the newspaper Jornal do Comercio and the website pe360graus, they are means of communication that make the range and the reach of this projection become even greater. This study aims to understand how the mediation process regarding the living heritage, the state, the society and the media, all these aspects seen from the perspective of the media activism made by those living heritage.

Keywords: Patrimônio Vivo. Folkmedia activism. Media.

LISTA DE TABELAS

Quadro 1: resumo do objeto de estudo.....	37
Quadro 2: resumo da quantidade de matérias pesquisadas	43
Quadro 3: veiculações de matérias por ano	44
Quadro 4: Datas e títulos sobre as matérias veiculadas sobre Lia	62
Quadro 5: Matérias sobre Lia enquanto Patrimônio Vivo	64
Quadro 6: Identificação das mediações nas matérias analisadas.....	65
Quadro 7: Datas e títulos das matérias veiculadas sobre mestre Salustiano.....	79
Quadro 8: Matérias para análise sobre Mestre Salustiano.....	81
Quadro 9: Identificação das mediações nas matérias de mestre Salustiano.....	82

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Esquema geral do estudo das mediações.....	49
Figura 2: Esquema das mediações para estudo de Lia de Itamaracá.....	53
Figura 3: Esquema mediação Lia de Itamaracá – Jornal do Comércio.....	70
Figura 4: Esquema mediação Lia de Itamaracá – Jornal do Comércio – Lia ...	72
Figura 5: Esquema mediação Lia-Jornal do Comércio - Governo do Estado...	73
Figura 6: Ciclo das mediações de Lia	74
Figura 7: Esquema das mediações para Estudo de Mestre Salustiano.....	82
Figura 8: Mediações entre Mestre Salustiano e o pe360graus.....	86
Figura 9: Mediações entre Mestre Salustiano, pe360graus e Estado.....	87
Figura 10: Mediações entre Mestre Salustiano, pe360graus, Estado e Sociedade.....	87

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 TEORIAS PARA O ENTENDIMENTO DO OBJETO DE ESTUDO	19
2.1 Situando a Lei de Patrimônio Vivo no contexto da Folkcomunicação...	19
2.1.2 Dos agentes folkcomunicacionais aos ativistas midiáticos.....	25
2.1.3 O Patrimônio Vivo Pernambucano e o ativismo folkmediático.....	27
2.2 O Estado de Pernambuco, as tradições populares e a mídia.....	31
3 IDENTIFICANDO O UNIVERSO PESQUISADO EM NÚMEROS.....	36
4 LIA DE ITAMARACÁ, DOS PÉS DESCALÇOS NA BEIRA DO MAR AOS PALCOS INTERNACIONAIS.....	52
5 MESTRE SALUSTIANO, UM PATRIMÔNIO AINDA VIVO.....	78
6 CONCLUSÃO.....	90

1 Introdução

A mídia e seus produtos, bem como as relações sociais, políticas e culturais a partir dela desencadeadas são aspectos relevantes para a compreensão do atual contexto da sociedade de consumo. Nas relações cotidianas as linguagens e os conteúdos midiáticos são reapropriados e transpostos para as atividades do dia-a-dia dos indivíduos.

O modo de vestir, de falar, as tradições orais de um povo são alguns dos elementos sociais que estão constantemente sendo representados pela mídia e, por outro lado, esses elementos também estão perpassados pelos conteúdos midiáticos. As conversas nas calçadas, as discussões em sala de aula, as produções culturais, os objetos de consumo, enfim o cotidiano das pessoas é também pautado pelos conteúdos expostos na mídia, assim como essas atividades cotidianas servem como pautas midiáticas.

A mídia é um dispositivo social capaz de informar, entreter, educar e ainda apropriar-se de elementos do cotidiano transformando-os, reinterpretando-os e transpondo-os para o contexto midiático e tudo isso tem influência direta nos indivíduos e na vida cotidiana.

Os padrões sociais atuais possuem interferência direta na mídia e são por ela influenciados. Desse modo não há como compreender mídia e cotidiano de forma dissociada já que o limite entre ambos os campos é bastante tênue.

O cotidiano e a mídia são componentes sociais distintos, mas, que juntos contribuem na formação da sociedade. O cotidiano na mídia e a mídia no cotidiano também servem como parâmetros sociais, ajudando na formação de estereótipos, na divulgação de produtos, de padrões comportamentais e culturais.

Se o cotidiano é o conjunto das práticas corriqueiras, sociais e comportamentais dos indivíduos, a mídia é, pois, um espaço de apropriações desses elementos, numa tentativa de construir a partir do “mundo real” uma representação midiática.

Aos meios de comunicação social, cabe, pois, dar “visibilidade” aos aspectos da vida cotidiana, seja de modo informativo, educativo ou de entretenimento. A mídia é

capaz de apropriar-se de aspectos cotidianos, transformando-os em elementos atrativos aos olhos dos telespectadores, dos ouvintes do rádio, dos leitores de jornais, revistas e também dos internautas.

O medium, ou a mídia perpassa não só a esfera dos aparatos técnicos, indo também de encontro a interesses políticos, sociais, mercadológicos e culturais. É, portanto a midiatização da sociedade um dos fatores que promovem algumas modificações comportamentais, tanto de uma forma individual quanto coletiva.

Os dispositivos midiáticos seja o rádio, a televisão, a internet ou o jornal impresso possuem diferentes formas de atrair seu público de interesse, cada qual com os artifícios que lhes são próprios, seja a oralidade, a escrita, os apelos visuais, a interatividade e, por que não dizer, a junção de todos esses fatores que corroboram para a construção de um discurso midiático composto por interesses diversificados.

Com o advento da globalização mundial, as barreiras territoriais foram transpostas e, isso se deu não apenas pelo avanço nos meios de transporte, mas, principalmente pela evolução tecnológica das comunicações. Hoje é possível fazer as informações circularem ao redor do mundo em tempo real e a cada dia que se passa mais pessoas tem acesso às diversas mídias.

Não somente a evolução dos transportes e das tecnologias devem ser considerados na tentativa de entender a globalização, é preciso compreender as modificações culturais e as novas interações surgidas. O processo de globalização interfere diretamente no cotidiano das pessoas, na sua cultura e também nas produções midiáticas.

A globalização pode assim ser definida como a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. Este é um processo dialético porque tais acontecimentos locais podem se deslocar numa direção anversa às relações muito distanciadas que os modelam. A transformação local é tanto uma parte da globalização quanto a extensão lateral das conexões sociais através do tempo e espaço. (GIDDENS, 1991, p. 69-70).

Essa transformação do local que propõe a globalização sugere duas perspectivas distintas em se tratando da interferência do “global” na cultura popular. A primeira suposição é que a cultura popular agrega às suas práticas tradicionais

elementos advindos de outras culturas transformando-se e renovando-se, deste modo, a cultura popular agrega à sua singularidade aspectos universais. Outra suposição é que apesar de agregar novos elementos e de poder transpor barreiras geográficas, a cultura popular local não perde sua singularidade e sua representatividade no seu espaço de origem. Uma dança típica de Pernambuco como o frevo pode até ser apresentada em diversas localidades do mundo pela televisão, internet, pode estampar diversas capas de revistas ou jornais mundiais, mas, a sua originalidade e singularidade permanecem intactos.

É nesse contraste entre o ser global e o “ser único” que vive os indivíduos no contexto da globalização. A sociedade globalizada serve como “palco” para cultura popular local e para as representações midiáticas.

A mídia vem servindo de alicerce para a disseminação de práticas culturais, e, é justamente nessa perspectiva que esse trabalho de pesquisa se desenvolveu. Se antes as práticas culturais eram restritas a determinadas regiões e a comunidades específicas, os meios de comunicação vieram para promover um deslocamento espacial e regional dessas atividades culturais, promovendo uma modificação da dinâmica natural dos acontecimentos. Compreender a mídia e as construções sociais a partir dela é necessário pois “ela está presente em todos os aspectos da vida cotidiana” (SILVERSTONE, 2002, p.9).

A cultura popular não é mais a mesma depois que passou a fazer parte das pautas midiáticas. A mídia transforma o produto da cultura local em algo universal, porque não dizer em algo espetacular. E, nesse contexto surgem os artistas populares midiaticizados, o que antes era apreciado apenas no local de sua produção, passa agora a ser televisionado, passando a ocupar espaço em páginas de jornal, internet, enfim, a ser projetado nos mais diversos meios de comunicação.

A influência da mídia na cultura popular não é algo unilateral, a mídia também recebe influências provenientes da cultura popular. Um dos grandes exemplos da influência da cultura popular na mídia está no agendamento midiático das festas populares, sejam elas religiosas ou profanas. No período de carnaval fica bem evidente a apropriação deste festejo popular pela mídia. Os jornais estampam em sua capa e no interior de suas páginas inúmeras matérias e anúncios referentes aos festejos de momo,

diversos sites fazem o mesmo e a televisão chega inclusive a modificar sua grade de programação para transmitir as manifestações populares no carnaval. Esse é apenas um dos diversos exemplos em que a mídia é influenciada pela cultura popular.

A cultura popular local é um elemento que identifica e caracteriza o povo, que forma e molda costumes, hábitos, modos de pensar e agir, contribuindo também para determinar as produções midiáticas, artísticas e os produtos de consumo. Por ser um fator que é constituinte da identidade e da história de um povo, a cultura popular vem sido alvo de políticas públicas de preservação.

O Estado enquanto instituição reguladora e executora de políticas públicas possui dentre outras atribuições a salvaguarda da cultura popular e isso se dá através das políticas de preservação de incentivo para a disseminação das práticas culturais populares.

Em Pernambuco nos últimos anos o governo do Estado tem procurado trabalhar na valorização da cultura popular, levando em consideração o caráter identitário e valorativo das manifestações populares e, sob essas condições, vem desenvolvendo leis que visam proteger, preservar e disseminar o legado cultural pernambucano. Deve-se ressaltar que essa política de preservação do patrimônio cultural no estado de Pernambuco é aliada as novas demandas do próprio governo federal que também possui vários projetos de incentivo a cultura.

Essa atuação do Estado na cultura popular não é uma situação nova. Em momentos históricos como o período ditatorial no Brasil, muitas manifestações populares foram consideradas subversivas e por esse motivo eram vetadas pelo Estado.

Se por um lado atualmente o Estado tem procurado preservar a cultura popular, por outro lado em alguns momentos o Estado sentiu-se ameaçado pela influencia e a persuasão que essa cultura tem dentro da comunidade local, é nessa questão que pode-se identificar o jogo de interesses do Estado para com a cultura popular e pode-se identificar ainda o poder desta cultura meio a sociedade.

O poder conferido a cultura popular é de ordem identitária, onde os indivíduos se vêem e se reconhecem naqueles hábitos, costumes e manifestações. Existe ainda a característica “rebelde” da cultura popular, procurando seu espaço e sua valorização em meio à cultura elitista.

(...) a cultura popular é rebelde, mas o é em defesa dos costumes. Esses pertencem ao povo, e alguns deles se baseiam realmente em reivindicações muito recentes. Contudo, quando procura legitimar seus protestos, o povo retorna freqüentemente às regras paternalistas de uma sociedade mais autoritária, selecionando as que melhor defendam seus interesses atuais (THOMPSON, 1998, p. 19).

Defender os costumes não significa estagnar as manifestações populares, os artistas populares inovam seus trabalhos, criando e recriando de acordo com os atuais padrões sociais. Essas adaptações que a cultura popular sofre no decorrer dos anos contribuem para que ela se adéqüe as demandas sociais de mercado e também midiáticos, alcançando assim maior espaço para a sua difusão.

Esses ajustes e adequações pelos quais passam a cultura popular não devem ser considerados como algo negativo, mas, como algo naturais, pois, assim como a sociedade evolui e se modifica, a cultura popular também passa por esse processo. A cultura não é algo estática, ela se molda de acordo com o tempo e o espaço por ela ocupado.

A cultura popular inserida no contexto midiático é o foco desta pesquisa. A mídia é aqui entendida enquanto uma instancia social mediadora de relações interpessoais, sociais e culturais, não sendo considerada apenas um aparato técnico ou tecnológico. Dentro dessa inserção da cultura popular na mídia levou-se em consideração ainda a questão do reconhecimento e o papel do Estado na divulgação, preservação e no reconhecimento dos bens culturais locais.

O Estado escolhido para a realização das pesquisas foi o estado de Pernambuco, que foi o primeiro no Brasil a adotar políticas próprias de preservação do patrimônio imaterial. Como objeto de estudo foi escolhida a Lei de Registro de Patrimônio Vivo de Pernambuco – RPV (Lei Raul Henry nº12.196 de 02 de maio de 2002).

Assim, o núcleo de análise do estudo foi o modo como os Patrimônios Vivos de Pernambuco utilizam-se da mídia para disseminar seus trabalhos, assim como também o modo como eles se modificam para atender as demandas midiáticas.

Uma das hipóteses levantadas ao longo desse estudo foi que através do reconhecimento do Estado e também da mídia a cultura popular pernambucana tornou-se mais visível e divulgada.

As pautas midiáticas vem constituindo-se um espaço de apropriação e reinterpretação da cultura popular pernambucana, a partir daí a cultura popular sai do âmbito local para ocupar o espaço midiático.

... o valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais se infiltram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 113).

Na citação anterior, pode-se refletir a respeito do valor da cultura popular a partir de sua descontextualização, será que ao retirar os produtores e os produtos populares de seu contexto original, o valor cultural se perde? A resposta é não. Nesse estudo serão apresentadas novas concepções e formatações da cultura popular a partir dessas mediações, ou seja, serão tratadas novas perspectivas e apresentações populares que surgem com esse deslocamento espacial, o estudo não tem como objetivo fazer uma crítica no sentido de preservar essas manifestações intocáveis, ou sequer demonstrar que as mesmas estão sendo deturpadas com essa mediação. Utilizando o conceito de folclore como sinônimo de cultura popular compactuamos do conceito do pesquisador Sebastião Breguês que afirma que

O folclore passará por mudanças, pois mudanças são naturais aos fenômenos socioculturais; passará por descaracterizações, perderá sua espontaneidade, mas se manterá como cultura de uma camada da população que não participa efetivamente da estrutura do poder da sociedade, e que existe em contraposição à cultura oficial (BREGUÊZ, 2003, p.109).

A essência e a representatividade das manifestações populares não se perdem, elas se transformam e se recriam reintegrando-se ao cotidiano social, como num ciclo, onde as origens não são perdidas, mas, são reinventadas e modificadas para adequar-se ao contexto.

Os valores culturais são elementos identitários que competem para a coerção do mundo, são eles quem fornecem o sentido de pertencimento, de retorno às raízes. E, todo esse retorno às origens não se dá de forma aleatória, mas, a partir do espaço social, do contexto em que se vive.

O espaço molda coercitivamente os hábitos e costumes do dia-a-dia que, por sua vez, permitem a estruturação comunitária. É interessante, portanto, constatar que nas próprias cidades encontramos a constituição de entidades regionais que reconduzem, *ne varientur*, as práticas cotidianas de seu enraizamento de origem (MAFFESOLI, 1984, p.53).

A expressividade cultural dos artistas populares de Pernambuco acaba por expressar parte das identidades culturais pernambucana, e essas identidades “(...) não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2006, p.48) e isso significa que “essas identidades não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial” (HALL, 2006, p.47). Os elementos da cultura popular contribuem para formar esse universo de significação que compõe a identidade local.

Remetendo mais uma vez a questão do Estado no contexto da cultura popular e, mais especificamente na questão identitária tem-se que o Estado, enquanto nação

não é apenas uma entidade política mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação; elas participam da idéia de nação tal como representada em sua cultura nacional (HALL, 2006, p.49).

Essa representatividade social é presenciada nas manifestações populares, nos festejos, na religiosidade, no artesanato, dentre outras atividades artísticas-culturais e esses elementos conjuntamente formam o legado cultural que é repassado a cada geração. Como já foi posto a cultura popular também passa pela midiaticização, não ficando esses saberes e essas manifestações restritas às comunidades de origem e esse processo se dá tanto pelas facilidades tecnológicas hoje existentes quanto pelo próprio processo de globalização como já foi explicitado.

A circulação dos bens culturais ganha maior consistência ao ser pensada em termos de mundialização, e não de difusão. Nesse caso, é necessário vincular as expressões culturais ao solo da modernidade que lhes dá sustentação. (ORTIZ, 1994, p.96)

Os bens culturais e a produção cultural são elementos que exprimem as raízes identitárias, os costumes e os saberes populares. Ao mesmo tempo em que representam a essência de um povo esses elementos sociais moldam e são moldados a partir do contexto social.

A mundialização trouxe, dentre outros fatores, a possibilidade de propagar com maior facilidade os elementos culturais, os costumes e os saberes locais. O que antes estava restrito às comunidades de origem, agora estão disponibilizados com maior facilidade, e isso deve-se principalmente aos meios de comunicação.

A mídia é o canal por onde se trafegam informações, onde se consegue projetar idéias, valores e crenças com maior alcance e a cultura popular também vem se inserindo nesse canal. Apesar da inserção na mídia é válido entender que os agentes populares possuem meios próprios de construir seu universo comunicacional e de transmitir seus saberes.

A midiatização da cultura popular é apenas um aspecto que deve ser considerado, entretanto para compreendê-la é preciso que haja um estudo sobre o cotidiano dessas manifestações. O dia-a-dia dos artistas populares ganharam novo aspecto a partir da mídia, porém não se pode desconsiderar as raízes e as origens populares.

Vislumbrar uma roda de ciranda pessoalmente ou ler uma literatura de cordel é uma experiência diferente de ter acesso a esses trabalhos através dos meios de comunicação. Os meios de comunicação mostram a realidade, mas, apenas uma representação da mesma. A mídia é apenas uma de mediadora que leva a cultura popular aos mais diversos locais. Aos artistas e agentes populares cabe o papel de mediar às relações entre a cultura popular e a mídia.

Portanto, este estudo tem por objetivo entender os processos de mediação existentes entre os 10 primeiros agraciados com o título de Patrimônio Vivo em Pernambuco, a mídia e o Estado. De modo inicial este trabalho apresentará os dados quantitativos da pesquisa realizada com os 10 primeiros agraciados com o título de

Patrimônio Vivo e, posteriormente será apresentado um estudo exploratório sobre a cirandeira Lia de Itamaracá e sobre o mestre Salustiano, que dentre os Patrimônios Vivos destacaram-se como sendo os dois que mais possuíam materiais divulgados nos meios de comunicação escolhidos para o estudo durante o período pesquisado.

2 Teorias para o entendimento do objeto de estudo

Esse primeiro capítulo é dedicado às teorias já existentes que serviram de embasamento para a realização desse estudo e, é também nesse capítulo que será feita a relação dessas teorias com o objeto de estudo.

2.1. Situando a Lei de Patrimônio Vivo no contexto da Folkcomunicação e da vida cotidiana

A globalização provocou uma facilidade na distribuição e no acesso aos conhecimentos, as culturas, os hábitos e os costumes dos povos também se tornaram mais acessíveis. Essa acessibilidade contribuiu para se formarem os hibridismos culturais, fomentando ainda mais o multiculturalismo¹, entretanto, por mais que as sociedades absorvam elementos advindos de outras culturas, mais elas mesmas desejam firmarem-se como únicas, dotadas de sua identidade própria, dotadas de elementos que as identifiquem no meio das demais culturas.

Essa construção identitária pode ser identificada a partir das relações de poder cultural e simbólico que nascem a partir das atividades de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas.

Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmo em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico. (THOMPSON, 1998, p. 24).

No dia-a-dia os indivíduos estão constantemente se comunicando e interagindo socialmente, o simples fato de não se comunicarem já é uma forma simbólica de expressar os seus sentimentos, em outras palavras, toda forma de expressão são

¹ A expressão multiculturalismo é definida por Stuart Hall em seu livro *Da Diáspora* (2003) como sendo um substantivo que designa as características multiculturais. Para o autor, multicultural é um termo que “descreve as características sociais e os problemas de governabilidade apresentados por qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, ao mesmo tempo em que retêm algo de sua identidade ‘original’” (HALL, 2003, p.52).

símbolos e toda forma de comunicação é simbólica, assim as pessoas estão constantemente expressando e interpretando símbolos, sejam os seus, sejam os dos outros. Cabe ressaltar ainda que essas interpretações simbólicas dependem do contexto e do repertório dos envolvidos nesse processo de trocas.

O processo de trocas simbólicas dá-se através da comunicação e, por muito tempo o estudo da comunicação voltou-se principalmente para o estudo dessas trocas a partir dos meios de comunicação.

No Brasil, o pesquisador Luiz Beltrão inovou o estudo da comunicação ao ser o idealizador da teoria da folkcomunicação. A teoria da folkcomunicação teve origem na tese de doutorado de Beltrão, em 1967, quando ele defendeu que os agentes populares possuíam meios próprios de se comunicar.

Os cânticos, as conversas das calçadas, as manifestações populares são alguns dos canais por onde os “marginalizados” podiam expressar suas opiniões e manifestar suas idéias. A folkcomunicação tem como foco o estudo dessa comunicação popular, da comunicação originada do cotidiano, dos fazeres e saberes corriqueiros, da cultura popular.

Em se tratando de folkcomunicação, podemos ver nos processos artesanais de comunicação uma forma de expressão genuína da camada popular. Os cânticos populares, os cordéis, as manifestações populares têm uma carga simbólica imensa e servem como mediadores sociais, trazendo à tona os pensamentos, os sentimentos, as reivindicações e suas expressões artísticas.

Nesse contexto podemos situar os chamados Patrimônios Vivos Pernambucanos que são pessoas de natureza física ou jurídica reconhecidas pelo Estado através da Lei Raul Henry (Lei nº12.196)², de 02 de maio de 2002, como ícones representantes da preservação da cultura popular pernambucana.

O termo patrimônio etimologicamente falando significa “herança paterna”, e isso não se restringe a bens materiais como casarões antigos, prédios históricos, enfim, mas, esse termo também é utilizado para definir bens imateriais como é o caso de manifestações populares e de produções culturais.

² A Lei de Registro de Patrimônio Vivo foi criada pelo secretário de Educação e Cultura à época, Raul Henry, no mandato do governador Jarbas Vasconcelos.

Estudar patrimônio é compreender as origens e, no caso particular desse estudo é compreender de que modo os patrimônios vivos pernambucanos vem sendo incorporados no contexto midiático.

De acordo com a referida Lei, o Estado, poderá registrar como Patrimônio Vivo Pernambucano pessoas físicas ou jurídicas que possuam conhecimentos ou técnicas necessárias para a produção e preservação da cultura popular ou tradicional de comunidades pernambucanas.

A Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco, Fundarpe, é o órgão do governo estadual de Pernambuco incumbido de tratar das políticas públicas culturais do Estado. A portaria nº 5, de 24 de agosto de 2009, da Fundarpe, em seu artigo 8º aponta que se constituem como bens culturais de natureza imaterial, entre outros:

- I – Os saberes, produtos do conhecimento e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades e seus movimentos político-sociais;
- II – As celebrações referentes a rituais e festas, ao trabalho, à religiosidade, ao entretenimento, aos movimentos sociais e a outras práticas que marcam a vivência coletiva;
- III – As formas de expressão artística, onde estão inscritas manifestações literárias, musicais, visuais, artesanais, cênicas e lúdicas;
- IV – Os lugares onde se inscrevem mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços em que se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas;
- V – Os mestres e grupos de cultura, linguagens artísticas e movimentos sociais de identidades regionais enraizados no cotidiano comunitário.
- VI – Comunidades de diferentes expressões artísticas, de identidades étnicas, religiosas, de idade, de gênero, e outras que disputam primazia na definição do lugar do indivíduo no mundo e criam sentimento de auto-estima e pertencimento.

Observando o item I apresentado no capítulo 8º da referida portaria, podemos entender que, essas práticas culturais estão intrinsecamente ligadas ao cotidiano popular, é dele que emerge todo esse poder de representatividade da identidade local.

A compreensão do cotidiano é fundamental para o entendimento das relações folkcomunicação nas comunidades, haja vista que “existe efetivamente, um ‘conhecimento’ empírico que não pode ser dispensado” (MAFFESOLI, 2007, p.196).

As vivências sociais e as construções culturais sempre devem ser consideradas nos estudos da mídia e da cultura. O dia-a-dia e os fatores aparentemente banais são os elementos fundamentais para o entendimento das construções culturais, “A cultura não é algo dado, uma simples herança que possa transmitir de geração em geração. Ela é uma produção histórica, como parte das relações entre os grupos sociais” (PELEGRINI & FUNARI, 2008, p.18).

A cultura popular é composta justamente pelas relações dos saberes e fazeres cotidianos e esses fatores ajudam a compreender o contexto histórico social e, conseqüentemente as construções sociais, como a mídia.

Deste modo, para entender como a cultura popular está inserida na mídia é preciso compreender o valor desta cultura enquanto representante de um povo, nesse caso, o povo pernambucano.

A identidade de um povo é fundamental para a construção e a manutenção do Estado. A constituição de um Estado enquanto nação não passa apenas pelas questões territoriais e políticas, mas, pela questão identitária cultural.

Devido a grande importância da identidade cultural para a consolidação do “Estado” é preciso preservar as raízes culturais, os patrimônios materiais e imateriais. Preservar significa muito mais que resguardar antigos costumes, para o “Estado” é também uma forma de se auto-afirmar diante do contexto global.

Pernambuco, enquanto “Estado” possui algumas determinações políticas concernentes a questão cultural. De acordo com a portaria nº 5, de 24 de agosto de 2009 da Fundarpe, o item VII do artigo 10º a política cultural é tratada “como política afirmativa das diversidades culturais na resistência ao nivelamento hegemônico do mundo globalizado, estendendo o papel e responsabilidade do Estado”.

Fazendo a relação do papel do Estado com o contexto da sociedade de consumo já observa-se que o Estado busca “vender” e “mostrar” seus produtos culturais como forma de se projetar no contexto global. Por sua vez, os artistas populares, através de sua representatividade procuram conquistar seus espaços através desse respaldo do governo e da mídia, a fim de também “venderem” seus “produtos”.

Nesse contexto, o Registro de Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco – RPV é realizado a partir de indicações, onde esses produtores e disseminadores da cultura popular precisam preencher alguns requisitos mínimos para poderem beneficiar-se da Lei.

O critério para ser concedido o título de Patrimônio Vivo a pessoas naturais ou grupo de pessoas, de personalidade jurídica ou não, é que as mesmas sejam detentoras de conhecimentos ou técnicas necessárias para a produção e para a preservação da cultura popular Pernambucana. Além disso, as pessoas, ou grupos de pessoas devem estar em plena atividade em prol desta cultura popular, tendo desenvolvido essas atividades por pelo menos 20 anos, além de ser residente no Estado de Pernambuco por pelo menos igual período, deste modo, esta Lei não permite o registro póstumo de mestres da cultura popular. É relevante acrescentar que para ser registrados como patrimônio vivo a pessoa ou grupo de pessoas devem estar aptos a transmitirem esses conhecimentos e/ou técnicas populares.

A contrapartida e os benefícios dados pelo Estado através dessa Lei é que a pessoa ou grupo beneficiado adquire o direito de utilizar o título de Patrimônio Vivo de Pernambuco e ainda recebe um valor de ajuda de custo mensal, em contrapartida, o Patrimônio Vivo faz a cessão, ao Estado, da utilização dos conhecimentos e técnicas produzidas, para fins de divulgação, sem fins comerciais e lucrativos este também deve ficar a disponibilidade para programas que possam vir a ser realizados pela secretaria de cultura de Pernambuco, a fim de divulgar e repassar as técnicas e os conhecimentos para aprendizes.

Podemos então situar esses atores sociais na proposta das teorias folkcomunicacionais, onde é sabido que “as classes populares têm assim meios próprios de expressão e somente através deles é que se podem entender e fazer-se entender” (BELTRÃO, 1971, p.47).

Além dos meios convencionais e oficiais de comunicação existem as manifestações comunicacionais espontâneas, provenientes das diversas camadas sociais. A folkcomunicação surge, portanto, da comunicação enraizada na cultura popular, nos costumes, nos meios de vida e nas tradições populares.

Nesse sentido pode-se inferir que a teoria da folkcomunicação surge a partir da necessidade de se compreender como os fenômenos culturais se constituem enquanto processos comunicativos e de que forma ocorrem as mediações existentes entre a cultura popular e os meios massivos.

As camadas populares possuem meios próprios para expressarem sua realidade social, seus pensamentos, suas vivências, sua cultura, é deste modo que constroem sua identidade, agindo como verdadeiros agentes folkcomunicacionais.

As manifestações populares, tais como as festas religiosas e profanas, a produção do artesanato, a cantoria de viola, os cordéis, enfim, a produção cultural popular constitui um verdadeiro canal de comunicação e também de recodificação dos bens simbólicos transmitidos pela mídia.

Aos agentes produtores dessa comunicação popular foi dado o nome de agentes folkcomunicacionais (BELTRÃO, 1971). Para estruturar o conceito de agentes folkcomunicacionais Beltrão baseou-se na Teoria Two-Step-Flow de Lazarsfeld que aponta a existência dos líderes de opinião que determina que os meios de comunicação não interferem diretamente numa sociedade, mas, os líderes de opinião, existentes em suas comunidades é quem são os responsáveis por fazer a mediação entre os conteúdos midiáticos e as comunidades.

A teoria Two-Step-Flow surgiu em contraponto à teoria hipodérmica que afirmava que os meios de comunicação eram responsáveis diretamente por afetarem a audiência, impregnando às comunidades de ideologias e ditando regras de comportamento. Sendo assim, com base na teoria de Lazarsfeld, os agentes folkcomunicacionais “recodificam as mensagens midiáticas, reinterpretando-as de acordo com os valores comunitários (MELO, 2003, p.34)”.

A folkcomunicação é um processo comunicativo caracterizado por ser um processo social de trocas de conhecimentos e valores, através de formas cotidianas e rudimentares de comunicação.

Cabe lembrar que os estudos iniciais da folkcomunicação encontraram resistências tanto nos campos dos folcloristas tradicionais quanto nos comunicólogos, assim Beltrão buscou compreender e mostrar a “nessas manifestações genuínas, o possível limite da resistência de comunidades empobrecidas, cuja meta é superação da marginalidade social” (MELO, 2008, p. 23). . Os Patrimônios Vivos Pernambucanos são verdadeiros produtores da folkcomunicação, haja vista que através da sua produção cultural eles são capazes de expressar aspectos relevantes da identidade local, além de, em muitos casos inserir dentro de suas manifestações artísticas aspectos da cultura midiática.

É nesse aspecto de diálogo, hibridismos e superposições entre a cultura popular e a cultura midiática que possuímos, a partir de agora mais um item a ser trabalhado, ou seja, o papel do Governo de Pernambuco enquanto fomentador e “protetor” dessas manifestações populares como propõem a Lei Raul Henry.

2.1.2 Dos agentes folkcomunicacionais aos ativistas midiáticos

O início dos estudos folkcomunicacionais corresponde a um período em que a televisão brasileira possuía restrição tanto com relação ao que era motivo de pauta, quanto em relação ao número de telespectadores.

Com o aparecimento dos meios de comunicação social, os estudos comunicacionais ficaram por muito tempo restritos aos estudos dos “meios”, focando principalmente o efeito desse tipo de comunicação na sociedade. Com a folkcomunicação Luiz Beltrão “comprovou que os processos de comunicação massiva coexistiam com fenômenos da comunicação pré-moderna no espaço brasileiro” (MELO, 2008, p.18).

A linguagem utilizada e a estética da programação não eram acessíveis a toda a massa e, o número de aparelhos de TV presente na sociedade era bastante caro, o que não permitia que grande parte da população tivesse acesso a esse meio. Toda

essa situação gerava certas ansiedades na sociedade, haja vista que muito do que era veiculado não era assimilado pelas audiências.

Os meios de comunicação, apesar de não terem um grande alcance “direto” nos públicos almejados, tinha um grande impacto nas relações cotidianas, já que a audiência da TV não começa, nem se encerra diante da mesma. Os conteúdos televisivos possuem grande alcance e repercussão, geram discussões e difundem comportamentos que são repassados nas conversas cotidianas, na informalidade do dia-a-dia.

A partir dessas observações as pesquisas de folkcomunicação visavam verificar a forma como esses conteúdos midiáticos eram incorporados e assimilados nas comunidades periféricas.

Aos agentes folkcomunicacionais caberia justamente esse papel de incorporar à comunidade aspectos e conteúdos midiáticos. Esses agentes atuam nas conversas das calçadas, em suas cantorias, no artesanato, em suas manifestações populares.

Os conteúdos midiáticos não se encerram nos meios de comunicação, eles fazem parte do cotidiano das pessoas. Aos agentes folkcomunicacionais cabe o papel de líder de opinião, pois é através da atuação do mesmo que o conteúdo midiático ganhará legitimidade. É o agente folk quem reinterpreta, transforma e dissemina esses conteúdos na comunidade, aproximando-lhes da realidade local.

Como já foi posto anteriormente, os conteúdos midiáticos passam a fazer parte do cotidiano das comunidades, são apropriados e inseridos nas práticas do dia-a-dia

A apropriação e o uso dos bens simbólicos midiáticos nas práticas sociais são operados por agentes ativos que se movimentam nas estruturas sociais, nas suas diferentes temporalidades e heterogeneidades culturais. É nas interações mediadas que se produzem os sentidos dos processos da comunicação estreitamente vinculados aos processos culturais (TRIGUEIRO, 2008, p.37).

É nas fronteiras entre as práticas cotidianas populares e a mídia que atuam os ativistas midiáticos. São esses ativistas que irão contestar o espaço midiático para o seu grupo de atuação, são eles que irão projetar sua comunidade na mídia, reivindicando, mostrando seu trabalho, enfim, são eles quem irão difundir seus conteúdos simbólicos na mídia.

O ativista folkmediático é aquele que, através dos meios de comunicação é capaz de inserir a cultura “folk” dentro das pautas midiáticas, fazendo-se visível e tornando a cultura popular algo valorativo no contexto midiático, ultrapassando os limites de sua comunidade.

Podem ser considerados agentes comunicacionais todos aqueles que utilizam-se de formas artesanais e de elementos da cultura popular para se comunicar. O que diferencia os agentes folkcomunicacionais do ativista folkmediático é que o segundo é capaz de conseguir projeção dentro de sua comunidade e consegue transpor as barreiras da mídia com a cultura popular.

O ativista tem a capacidade de reapropriar elementos midiáticos, inseri-los em sua cotidianidade e adequar suas criações para o contexto midiático, atraindo assim atenção para a sua comunidade de origem.

2.1.3 O Patrimônio Vivo Pernambucano e o ativismo folkmediático

Diante das premissas anteriores a Lei de Registro de Patrimônio Vivo Pernambucano pode ser identificada como um instrumento do Estado que procura registrar e proteger os produtores da cultura popular de Pernambuco, trazendo para o contexto do ativismo midiático identifica-se a ocorrência de uma institucionalização e porque não dizer, uma estatização das atividades populares representativas para o Estado. É nesse sentido que o Estado também está contribuindo com o ativismo folkmediático.

O Estado dá respaldo para que os ativistas folkmediáticos já registrados possam atuar em suas redes comunicacionais. Além de representantes de seus grupos de origem os Patrimônios Vivos passam a serem representativos da identidade e da cultura de Pernambuco.

Naturalmente sabe-se que, ao reconhecer esses grupos e pessoas como ícones produtores e disseminadores da cultura popular pernambucana, o Estado já conseguiu de certa forma projetar um pouco sua identidade cultural e, sem dúvidas, a

TV é um dos veículos que permite que o alcance e a abrangência desta projeção tornem-se ainda maior.

Por sua vez, os considerados patrimônios vivos, ao possuir um reconhecimento maior, acabam por ganhar mais espaço na mídia, possibilitando que os mesmos consigam desenvolver ainda mais o seu ativismo midiático, levando aos telespectadores um pouco de seu trabalho, de sua vivência, de sua cultura.

Uma das principais evidências de que o reconhecimento do Estado contribui para a conquista do espaço midiático. Os Patrimônios Vivos passam a ser considerados verdadeiros ícones da cultura popular. Um quantitativo relevante de publicações de matérias sobre a cultura pernambucana tem como mote os Patrimônios Vivos de Pernambuco enquanto representantes da cultura popular.

Abaixo segue alguns trechos de matérias que refletem o exemplo acima citado:

O Conselho Estadual de Cultura anuncia hoje nomes do Patrimônio Vivo, mestres e grupos que irão receber uma bolsa do Estado para preservação e repasse da cultura popular da região. (Trecho retirado da matéria intitulada “Artista popular será tombado”, veiculada no Caderno C do Jornal do Commercio, no dia 29 de dezembro de 2005).

No último dia 29, o Governo do Estado divulgou os nomes dos 12 primeiros artistas e instituições contempladas pela Lei do Registro do Patrimônio Vivo de Pernambuco. A normalização, que chegou tarde para alguns (os que já se foram) e a tempo para outros, tem um caráter social que talvez nem a própria sociedade consiga dimensionar (...) Há um ano Nuca sofreu um derrame que deixou seu lado esquerdo paralisado, e dona Maria, que é diabética, teve as duas pernas amputadas e parte da visão comprometida. É aí que entra em cena outro benefício da Lei do Registro de Patrimônio Vivo (além do reconhecimento a alguém que dedicou toda sua vida a uma expressão popular): o do amparo social com condições de recursos que possibilitem continuidade do trabalho. (Trecho retirado da matéria intitulada “Do barro é que se cria a tradição”, veiculada no Caderno C do Jornal do Commercio, no dia 21 de janeiro de 2006).

Em ambos os trechos pode-se perceber a importância dada pelo Estado aos mestres e as instituições contempladas com o título de Patrimônio Vivo. No primeiro exemplo apresentado percebe-se que o Estado fornece essa bolsa com o intuito de preservar e repassar a cultura popular da região, ou seja, ela confere ao artista popular e aos grupos o papel de manter viva as tradições.

No segundo exemplo é apresentado o aspecto social do benefício do Registro do Patrimônio Vivo de Pernambuco, visto que muitos artistas populares necessitam dessa ajuda financeira, pois, devido o avançar da idade e de problemas de saúde estão impossibilitados de exercerem suas atividades artísticas.

Com relação ao aspecto da representação da cultura popular na mídia e as interferências deste processo no meio social identifica-se que a mídia reproduz apenas alguns aspectos da cultura popular, não sendo capaz de retratá-la em sua totalidade. Esses recortes da realidade promovidos pela mídia podem ser considerados filtros, ou seja, fragmentos de fatos, imagens, cenários e falas de personagens ou acontecimentos que são considerados factíveis a transformar-se em fato midiático.

Para explicar esse contexto de filtros sociais e realidade empírica voltaremos aos princípios da transmissão de informação, partindo do esquema básico de transmissão, onde temos um emissor que irá emitir uma informação, um canal por onde serão transmitidas as informações e um receptor que receberá a mensagem. Demonstrando dessa forma simplificada, aparentemente esse processo de transmissão é simples e em formato linear e é justamente contradizendo essa suposição de linearidade que as mediações entram em cena.

Tomando como exemplo uma conversa a respeito de um show de determinado artista popular. O emissor irá passar para o receptor informações e emitir opiniões a respeito do ponto de vista dele com relação ao show, ao receber as informações, será que pode-se dizer que o receptor saberá a realidade do que aconteceu no show? A resposta é não, visto que ele teve acesso a um recorte da realidade e a relação do receptor com o show foi mediada pelo emissor, não foi uma relação direta, houve uma mediação e, é justamente nessa perspectiva de ligações e interfaces que temos acesso a realidade e é nesse ponto que se pode entender as ligações entre os patrimônios vivos de Pernambuco enquanto ativistas midiáticos no contexto da sociedade de massa.

O patrimônio vivo, através de suas atividades artísticas desenvolve maneiras peculiares de se comunicar e expressar-se, seu artesanato, seus cantos, suas danças, enfim, todos esses elementos possuem uma carga simbólica bastante significativa. Essas expressões artísticas surgem no cotidiano, a partir de conhecimentos, de um modo geral adquiridos pelo envolvimento com esses bens culturais na comunidade em

que se vive, na família, conhecimentos que passam de geração a geração e vão se perpetuando a partir dessa “cadeia” de transmissão.

Cada povo em particular possui esses “detentores” de saberes populares e a eles é incumbido o papel de “transmitir” esses conhecimentos para as novas gerações. Se antes essa transmissão era feita de modo rudimentar, de pai para filho, de filho para neto, para vizinhos, hoje, a demanda da sociedade de consumo exige que se procure aumentar o poder de alcance dessas comunicações “artesanais”.

Por conta do respaldo que possuem esses mestres dos saberes populares, eles conseguem atrair para si o poder de chamar a atenção para a sua comunidade e, consegue fazer de suas atividades artísticas assuntos para as pautas midiáticas, transformando-se em verdadeiros ativistas midiáticos.

Os artistas populares exercem o ativismo midiático através de seu trabalho e a eles cabem o papel de difundir os costumes e a tradição da sua comunidade de origem. Esses ativistas utilizam-se dos meios tradicionais de comunicação, tais como a oralidade, os cânticos, os cordéis, enfim, os diversos meios populares de comunicação. Além dos meios de comunicação habituais desses ativistas a mídia também vem sendo utilizada.

A mídia ao procurar abordar esses ativistas midiáticos irá apresentar a visão midiaticizada do contexto desses artistas, mas, jamais será capaz de captar e transmitir a essência dessas manifestações. As mediações entre a cultura popular e a mídia geram essas modificações, tanto do ponto de vista da exibição de “recortes” da realidade dessa produção popular, quanto do ponto de vista do cotidiano desses patrimônios vivos que procuram adequar seus trabalhos e sua rotina para atender demandas midiáticas.

A mídia serve como mediadora e como filtro ao mesmo tempo, haja vista que ela irá delimitar o que será exibido ou não. Os ativistas midiáticos também são mediadores e filtros, visto que também irão expor apenas o que lhe convém. É nesse jogo de interesse que se fundem as apropriações, onde confunde-se os espaços da mídia e da cultura popular, onde são construídas realidades a partir de interesses distintos.

Através da interação dos considerados patrimônios vivos com o meio no qual estão inseridos é possível analisar o papel por eles desempenhado e é a partir da interação dos mesmos com a mídia que se pode identificar quais as representações que surgem. É possível verificar essas representações através da produção cultural, das manifestações populares, dos rituais.

Esses aspectos de representações na vida cotidiana podem ser transpostos para a mídia e é justamente na mídia que estas representações tornam-se mais visíveis e espetacularizadas. A mídia ao se apropriar dos elementos advindos das culturas populares, transferindo esses elementos para o contexto midiático acaba por construir o que Roberto Benjamin denomina de folkmídia.

A folkmídia é a representação da cultura popular através da mídia. No entendimento do pesquisador Roberto Benjamin a respeito da folkmídia temos que

As representações da cultura popular tradicional nos meios de comunicação de massa (...) são, na maioria das vezes (...) simplesmente (...) exóticas e descontextualizadas em relação à vida das comunidades onde foram produzidas (BENJAMIN apud MELO, 2008, p.9).

A mídia, portanto, através de suas representações apropria-se constantemente dos elementos advindos da cultura popular.

O próprio jornalismo se abastece continuamente nas 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 (MELO, 2008, p. 24)

O aspecto do inusitado no concernente a folkmídia chama atenção porque a cultura popular poderia ser considerado algo natural, que faz parte dos costumes e da cotidianidade de uma comunidade, entretanto, ao adentrar no contexto midiático a cultura popular é transformada em algo espetacular, algo inusitado.

Devido aos aspectos já apresentados, no contexto folkmidiático vislumbramos outra representação dos elementos culturais, se antes esses elementos eram construídos na naturalidade do dia-a-dia das camadas marginalizadas, agora eles passam a ser construídos para serem apresentados à grande massa midiaticizada. A partir da premissa anterior pode-se inferir que a produção já passa a realizar-se para

atender os padrões da representação midiática, algo muitas vezes corriqueiro na comunidade passa a ser um verdadeiro espetáculo.

2.2 O Estado de Pernambuco, as tradições populares e a mídia

A noção de Patrimônio vem sido bastante discutida e estudada sob diversos aspectos, uma das noções vem justamente da salvaguarda nacional, da preservação dos bens materiais e culturais que compõem uma sociedade. Outra noção de Patrimônio vem justamente da preocupação identitária, da formação da identidade coletiva.

Ainda nesse contexto de Patrimônio pode-se identificar a “Indústria do Patrimônio” onde são explorados e comercializados bens materiais e imateriais que fazem parte do passado histórico e das raízes culturais e isso se dá principalmente através do turismo.

Os bens patrimoniais existem a partir da construção social de valores a eles atribuídos e é a partir desses valores que a sociedade passa a incorporar esses elementos identitários. A cultura popular por muitos anos ficou relegada no plano social, a arte e as criações populares eram consideradas de menor valor, eram menosprezadas tanto socialmente quanto politicamente.

Embora não possuindo o devido espaço na sociedade, os movimentos populares contra-hegemônicos continuaram com seus costumes, suas crenças, suas danças, suas artes, suas festividades, dando prosseguimento ao que posteriormente viria a ser reconhecido como patrimônios.

O Patrimônio então começa a ter noção de sujeito, de ser, de pertencer, e a partir daí destaca-se a responsabilidade do Estado que surge como uma intervenção e produz interferências na sociedade e nas populações minoritárias.

No Brasil, a Constituição de 1988, no artigo 215 fica explicitado que o “Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional”. Em Pernambuco, de acordo com a proposição nacional das políticas

nacionais e locais foi criado o Registro de Patrimônio Vivo – RPV através da Lei Raul Henry (Lei nº12.196 de 02 de maio de 2002). Esse registro é feito a pessoas físicas ou jurídicas que exercem suas atividades no Estado de Pernambuco há pelo menos 20 anos, o título de Patrimônio Vivo é concedido a esses ícones como forma de reconhecê-los enquanto representantes da preservação da cultura popular pernambucana.

O Registro de Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco – RPV é realizado a partir de indicações, onde esses produtores e disseminadores da cultura popular precisam preencher alguns requisitos mínimos para poderem beneficiar-se da Lei.

O critério para ser concedido o título de Patrimônio Vivo a pessoas naturais ou grupo de pessoas, de personalidade jurídica ou não, é que as mesmas sejam detentoras de conhecimentos ou técnicas necessárias para a produção e para a preservação da cultura popular Pernambucana. Além disso, as pessoas, ou grupos de pessoas devem estar em plena atividade em prol desta cultura popular, tendo desenvolvido essas atividades por pelo menos 20 anos, além de ser residente no Estado de Pernambuco por pelo menos igual período, deste modo, esta Lei não permite o registro póstumo de mestres da cultura popular. É relevante acrescentar que para ser registrados como patrimônio vivo a pessoa ou grupo de pessoas devem estar aptos a transmitirem esses conhecimentos e/ou técnicas populares.

A contrapartida e os benefícios dados pelo Estado através dessa Lei é que a pessoa ou grupo beneficiado adquire o direito de utilizar o título de Patrimônio Vivo de Pernambuco e ainda recebe um valor de ajuda de custo mensal, em contrapartida, o Patrimônio Vivo faz a cessão, ao Estado, da utilização dos conhecimentos e técnicas produzidas, para fins de divulgação, sem fins comerciais e lucrativos este também deve ficar a disponibilidade para programas que possam vir a ser realizados pela secretaria de cultura de Pernambuco, a fim de divulgar e repassar as técnicas e/ou conhecimentos para aprendizes.

A partir das premissas anteriores pode-se levantar duas principais problemáticas a serem analisadas: 1- para se beneficiar da Lei de Patrimônio Vivo é preciso que o candidato ao título comprove suas atividades culturais ao longo dos anos e para isso é preciso preparar um dossiê contendo comprovações como fotos, recortes

de entrevistas, testemunhos, enfim; 2- ao se beneficiar da Lei esses patrimônios vivos tornam-se ícones representantes da cultura popular do Estado e os mesmos para continuarem se beneficiando dessa Lei deverão continuar produzindo e repassando seus conhecimentos e técnicas.

Identifica-se, portanto, que é preciso um reconhecimento social e este passa por várias instâncias, dentre elas o Estado e os meios de comunicação de massa que contribuem para reforçar e dar legitimidade aos trabalhos culturais desempenhados por esses artistas populares.

Esse estudo foca seu objetivo na compreensão do papel da comunicação na transformação desse processo sócio-cultural, partindo do princípio de que “a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento” (Martín-Barbero, 2008, p.28).

Mídia, Estado e cultura popular são instâncias sociais que estão imbricadas, por esse motivo não se deve tentar compreendê-las de modo dissociado. Dessas relações de interfaces entre cultura popular, mídia e Estado emergem as mediações que podem ser entendidas como conexões ou pontes que servem para interligar as diferentes instâncias sociais.

É importante ressaltar que as mediações não surgiram a partir do aparecimento dos meios de comunicação, mas, que elas são algo que surge naturalmente nas relações sociais. As relações humanas ocorrem através das mediações. Por exemplo, a linguagem funciona como um dos mediadores das conversas interpessoais é através dela que ocorre a “troca”, que se processa a comunicação de fato. Com o surgimento das novas tecnologias há quem acredite que as mediações surgiram a partir dos meios de comunicação, entretanto, esse processo não é algo novo, como aponta Cardoso (2007, p. 29):

O nosso mundo é um mundo de comunicação mediada por tecnologias como o lápis e o papel, o telefone, a televisão e a internet. E continua a ser também o mundo da comunicação face a face.

O enunciado acima reforça ainda mais a necessidade de compreender as relações cotidianas e a cultura popular, pois, os modernos meios de comunicação coexistem com os meios tradicionais de comunicação. Um meio não substitui o outro.

Na sociedade organizada existem ainda as instituições sociais que podem ser citadas como elementos mediadores a exemplo do Estado, da escola, da igreja, dentre outras.

É válido acrescentar que “... as mediações só ganham sentido ao serem relacionadas entre si, dentro de um determinado contexto, independente do campo específico sobre o qual se esteja trabalhando” (LOPES et al, 2002, p. 43). Não importa se o objeto de estudo é a comunicação, religião ou a cultura, para compreender as mediações é preciso relacioná-la ao contexto onde as mesmas emergem, não há como entender a situação se não for considerado o contexto social, também não se pode compreender o contexto social sem levar em conta as mediações.

Martín-Barbero (2008) aborda que as representações e as apresentações midiáticas contribuem para a construção e para o entendimento social. Os meios de comunicação utilizam-se dos fatos cotidianos e corriqueiros, em contrapartida, a sociedade também faz uso dos meios na tentativa de conseguir atenção, tentando inserir-se nas pautas da mídia, deste modo é formado um sistema de alimentação e realimentação do sistema comunicação – sociedade – mídia – cultura.

Os veículos de comunicação populares também são importantes para o entendimento das mediações, visto que é esse tipo de comunicação que caracteriza a comunidade, essa é a comunicação do cotidiano, a comunicação que a comunidade se identifica, essa modalidade comunicacional pode ser chamada de folkcomunicação.

... a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essências aos tipos de comunicação interpessoal já que as mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares a audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 1980, p.28).

A partir das premissas já colocadas é importante o entendimento da mediação entre a folkcomunicação e a midiatização desses processos comunicativos. A mediação social não deve ser confundida com o processo de midiatização que define-se por

...uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de tecnointeração – , caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada medium (SODRÉ, 2002, p. 21).

Em outras palavras o contexto midiático abrange não somente as questões tecnológicas, mas, também implicações mercadológicas. O conteúdo midiático é algo produzido para ser “vendável”, para chamar a atenção do público. O processo de midiaticização implica certas adequações por parte de quem deseja fazer parte do “mundo midiático”, a adequação de linguagem, conteúdo e apresentação é fundamental de acordo com o meio que se pretende atingir.

A linguagem e o tipo de apresentação exigido para o rádio difere da televisão, que por sua vez difere de jornais e revistas e, conseqüentemente difere dos conteúdos midiáticos da internet.

Os artistas populares para entrarem no contexto dessa midiaticização necessitam ajustar-se a esses padrões impostos pela mídia e é justamente essa mediação entre o popular e o midiático que interessa nesse estudo e que será aprofundado nas páginas que se seguem.

3 Identificando o universo pesquisado em números

Nesse capítulo serão apresentados os dados quantitativos do objeto de pesquisa, com o intuito de identificar, em números, a relevância que vem sendo dada a esses chamados patrimônios vivos dentro da perspectiva das suas inserções na mídia.

Para o desenvolvimento dessa etapa quantitativa, foram selecionados 2 veículos de comunicação pernambucanos para serem observados a presença desses patrimônios vivos dentro das pautas dos veículos escolhidos. O período escolhido para essa observação foi de janeiro de 2002 até dezembro de 2008. A escolha deveu-se ao fato de que 2002 foi o ano em que a Lei de Patrimônio Vivo foi criada, e, o período estendeu-se até dezembro de 2008 de modo que fossem observados materiais mais recentes de acordo com a conclusão da pesquisa, em 2009.

Um dos veículos escolhidos para o estudo foi o “Jornal do Comércio”, jornal impresso de circulação no estado pertencente ao sistema de comunicação jornal do comércio que abrange o jornal impresso, um canal de televisão, a rádio e ainda um portal na Internet. As edições anteriores do “Jornal do Comércio” foram coletadas a partir da ferramenta de busca disponível no site do jornal, conteúdo esse exclusivo para assinantes.

O outro veículo selecionado foi o portal de notícias “pe360graus.com” que é um portal de notícias vinculado ao grupo da Globo Nordeste. A forma de coleta das edições anteriores foi semelhante à do Jornal do Comércio, ou seja, através da ferramenta de busca por edições anteriores disponível no site.

O quadro a seguir foi montado para melhor situar o objeto estudado, deste modo o quadro contém o quantitativo de matérias veiculadas no período de janeiro de 2002 até dezembro de 2008 e também os principais assuntos tratados nas mesmas.

Quadro 1: resumo do objeto de estudo

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Ana Leopoldina dos Santos (Ana das Carrancas) Artesã ceramista nasceu em 18 de fevereiro de 1923, na cidade de Santa Filomena, distrito de Ouricuri (PE). Em 1954 mudou-se para Petrolina (PE) em busca de uma vida melhor e foi nesta cidade que desenvolveu e foi reconhecida pela sua arte com o barro. Ficou bastante conhecida por fabricar as famosas carrancas de barro que tinham como característica os olhos vazados, em homenagem ao seu marido que é cego. Recebeu o título de cidadã petrolinense em 2000, mesmo ano em que foi inaugurado o Centro de Arte e Cultura Ana das Carrancas. Vítima de um acidente vascular cerebral (AVC), Ana das Carrancas morre aos 85 anos no dia 01 de outubro de 2008.	-Em 2008: 4 matérias que tinham como tema principal a artesã Ana das Carrancas, todas elas foram postadas por ocasião da morte da artista e todas elas relatavam um breve histórico de sua vida e falavam da importância dos seus trabalhos artísticos para a cultura pernambucana.	-Em 2005 foram encontradas 4 matérias. Todas elas citava a participação da artesã nas exposições de artes. - Em 2006 foram 4 matérias. Duas delas fala sobre a participação da artista em exposições e as outras duas trazem Ana como protagonista principal da matéria. - Em 2007 foi apenas 1 matéria que citava o nome dela. - Em 2008 foram 5 matérias, três falando de sua participação em eventos de arte e dois falando de sua morte, em outubro.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Francisco Soares de Araújo (Canhoto da Paraíba) O músico e compositor de choro nasceu em 19 de março de 1928, na cidade de Princesa Isabel na Paraíba, mas, em 1958 muda-se definitivamente para Pernambuco onde ficou conhecido como Canhoto da Paraíba. Sua principal marca é tocar violão de forma invertida, está técnica o mesmo desenvolveu para poder compartilhar o violão com seus irmãos, todos destros, deste modo não era possível inverter as cordas. Recebeu o título de Cidadão Pernambucano em 1984 e, por conta de uma isquemia cerebral em 1998 seu lado esquerdo do corpo ficou paralisado o que o impossibilitou de continuar tocando. Aos 80 anos, no dia 24 de abril de 2008, morre Canhoto da Paraíba.	-Em 2004 foram 2 matérias, ambas falando a respeito do estado de saúde do violonista. - Em 2007 foi 1 matéria, também tratando sobre seu estado de saúde. - Em 2008 foram 7 matérias veiculadas abordando o drama da doença do artista que culminou em sua morte no mês de abril.	- Em 2005 foi 1 matéria que abordava a pensão de Patrimônio Vivo. - Em 2006 foi 1 matéria falando sobre a entrega do Título de Patrimônio Vivo. - Em 2008 1 matéria, fala sobre o carnaval de Bezerros e cita Canhoto como um dos homenageados.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
José do Carmo Souza (Zé do Carmo) Artesão e ceramista nasceu em 19 de dezembro de 1933 na cidade de Goiana (PE). Iniciou-se nas artes aos 7 anos , seguindo os passos da mãe que também era artesã. Quando criança confeccionou um anjo com aspectos sertanejos, o que logo foi criticado por sua mãe. Apenas após a morte da sua mãe, em 1972, é que voltou a produzir os anjos com aspectos sertanejos. Uma de suas obras mais conhecidas e reconhecidas é o “Anjo Cangaceiro”, que retrata o cangaceiro Lampião em formato de anjo, peça que foi confeccionada para presentear o Papa João Paulo II por ocasião de sua visita ao Brasil em 1980, entretanto, o presente não foi entregue, devido o arcebispo da época Dom Helder Câmara considerar a obra um desvio a postura da igreja católica. Também foi em 1980 que resolveu dedicar-se mais ao ramo das pinturas, mas, continuando a retratar anjos com aspectos de nordestino.	- Não foi encontrada nenhuma ocorrência de textos publicados no portal Pe360graus durante o período analisado.	- Em 2005 foi encontrada 1 matéria. - Em 2006 foi veiculada 1 matéria. - Em 2008 foram 2 matérias. Todas as matérias encontradas em 2005, 2006 e 2008 falavam de homenagens prestadas ao artesão, com exceção de uma matéria de 2008 que abordava uma exposição de arte.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
José Francisco Borges (J. Borges) Cordelista e xilógrafo, nasceu em 20 de dezembro de 1935, no Sítio Piroca, em Bezerros (PE). As suas obras tem como principais temáticas o imaginário nordestino, a vida sertaneja e o cotidiano popular e social. Foi responsável por diversas ilustrações de diversos livros e discos, servindo inclusive de inspiração para coleções de moda. Devido ao reconhecimento, Borges conseguiu levar suas obras até o exterior, através de exposições e de acervos permanentes como é o caso do existente na Biblioteca Nacional de Washington e no Museu de Arte Popular do Novo México (nos Estados Unidos). Atualmente mora, expõe seus trabalhos e recebe visitantes no Memorial J. Borges, localizado na BR 232, em Bezerros.	- Em 2005 veiculou-se 2 matérias, onde e uma abordava uma homenagem prestada ao xilogravurista por ocasião de um desfile de moda e a outra falava sobre a cultura popular e citava J. Borges. - Em 2007 foram 2 matérias, uma delas falando sobre um espetáculo teatral baseado em sua obra e outra falando da visita de estudantes a seu ateliê.	- Em 2004 foram 4 matérias. - Em 2005 foram 14 matérias. - Em 2006 foram 7 matérias. - Em 2007 foram 12 matérias. - Em 2008 foram 16 matérias. Em todos os referidos anos houveram matérias referentes tanto a sua obra, quanto ao próprio artista. As matérias não utilizava o artista apenas como referência, grande parte desse material abordava o artista como principal motivo da matéria.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
José Soares da Silva (Dila) Cordelista e xilógrafo nasceu na cidade de Bom Jardim (PE), no dia 23 de setembro de 1937. De um modo geral suas obras buscam reproduzir o cangaço, além de mitos e contos populares com representações do diabo. Como particularidade na sua criação, ele substituiu o taco de madeira pela borracha. Na sua casa funciona também seu ateliê, localizado em Caruaru, é neste local que ele conserva mais de 100 exemplares de folhetos de sua autoria.	- Não foi encontrada nenhuma ocorrência de textos publicados no portal Pe360graus durante o período analisado.	- Em 2005, 1 matéria que fala sobre o Registro de Patrimônio Vivo e cita Dila. - Em 2006, 1 matéria sobre a entrega do título de Patrimônio Vivo. - Em 2007 2 matérias, uma falando sobre o lançamento de um livro que fala sobre a vida de Dila e outra sobre o seu ateliê em Caruaru, que vem atraindo visitantes. - Em 2008 foi encontrada 1 matéria que fala sobre o centenário da xilogravura e cita Dila.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Manuel Borges da Silva (Nuca) Ceramista, nasceu no Engenho Pedra Furada, em Nazaré da Mata (PE), em 5 de agosto de 1937. Em 1940 mudou-se para Tracunhaém. Começou a trabalhar com o barro quando era criança, fazendo brinquedos que eram vendidos na feira local e cidades vizinhas. Em 1968 esculpiu seu primeiro leão, que é a principal marca do seu trabalho, por esse motivo também é conhecido como “Nuca dos Leões”, a peculiaridade de seus leões é a juba em formato encaracolado, elemento esse que segundo o artista foi sugestão de sua esposa também artesã, conhecida como Maria de Nuca. Após sofrer um acidente vascular cerebral (AVC) ficou com o lado esquerdo paralisado e impossibilitado de trabalhar, sendo assim, atualmente seus filhos é que tentam mater a tradição do seu trabalho.	- Não foi encontrada nenhuma ocorrência de textos publicados no portal Pe360graus durante o período analisado.	- Em 2004 foram 3 matérias. - Em 2005 foram 2 matérias. - Em 2006 foram 3 matérias. - Em 2007 foi 1 matéria. - Em 2008 foi 1 matéria. Os assuntos tratados nas matérias anteriores foram bastante variados, mas, de um modo geral elas apenas citavam o artista enquanto um artesão referência na arte da cerâmica.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Manuel Eudócio Rodrigues (Mestre Eudócio) Artesão ceramista nasceu no dia 28 de janeiro de 1931, no Alto do Morura em Caruaru. Na infância começou a mexer com o barro, produzindo bonequinhos que serviam como brinquedos. Aos 17 anos é que iniciou-se de fato no ofício de artesão, tendo convivido e tendo como mestre o famoso Mestre Vitalino.	- Não foi encontrada nenhuma ocorrência de textos publicados no portal Pe360graus durante o período analisado.	- Em 2004 foi 1 matéria. - Em 2005 foram 3 matérias. - Em 2006 foram 2 matérias. - Em 2007 foi 1 matéria. Todas as matérias apenas citavam o artesão e seu trabalho.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMÉRCIO
Manuel Salustiano Soares (Mestre Salustiano ou Mestre Salu) Mestre de Folgedos, compositor e rabequeiro, nasceu na zona da mata pernambucana, na cidade de Aliança, no dia 12 de novembro de 1945. Desde criança participou de manifestações populares como o cavalo marinho, produz também rabecas e bichos do bumba-meu-boi, cavalo, boi, burra; as máscaras do cavalo-marinho, feitas de couro de bode ou de boi e os mamulengos de mulungu. Em Olinda, na cidade Tabajara mantém a “Casa da Rabeca do Brasil”, onde ocorrem apresentações culturais e oficinas destinadas a promover a cultura popular. Dentre outros títulos recebeu o título do doutor <i>honoris causa</i> pela Universidade Federal de Pernambuco, em 1965, já em 2001 recebeu do então presidente Fernando Henrique Cardoso a “Ordem de Mérito Cultural”. Aos 62 anos, no dia 31 de agosto morre o Mestre Salu, em decorrência de uma arritmia cardíaca provocada pelo Mal de Chagas, doença que o mesmo havia sido acometido há mais de 20 anos.	- Em 2004 foi publicada 1 matéria falando sobre uma apresentação de mestre Salu. - Em 2005 foram 3 matérias, sendo 2 falando a respeito da agenda de shows e uma falando sobre uma homenagem prestada ao mesmo. - Em 2006 foi 1 matéria falando sobre a programação da Casa da Rabeca no aniversário de mestre Salu. - Em 2007 foram 3 matérias falando sobre shows. - Em 2008 foram 10 matérias, os temas abordados foram shows e homenagens a mestre Salustiano e, metade das veiculações abordaram a sua morte em setembro no mês de setembro.	- Em 2005 foram publicadas 6 matérias, onde 4 delas citava o mestre Salu como patrimônio vivo, uma falava de sua participação no encontro de mestres e outra falava sobre a sua participação num CD. - Em 2006 foram 2 matérias, uma falando sobre patrimônio vivo e citando-lhe como referência e outra dedicada apenas a falar sobre o artista e seus trabalhos culturais. - Em 2007 foram 2 matérias apenas citando-lhes. - Em 2008 foram 6 matérias, três falando de sua agenda de apresentações e três falando sobre a sua morte no mês de agosto.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Maria Madalena Correia do Nascimento (Lia de Itamaracá) A cirandeira nasceu no dia 12 de janeiro de 1944, na Ilha de Itamaracá (PE), onde vive até hoje e mantém o Espaço Cultural “Estrela de Lia” que é um lugar utilizado para suas apresentações e também de convidados, além de oficinas. Canta ciranda desde ao 12 anos de idade, mas, só ficou conhecida nos anos 60, através da quadra “Essa ciranda quem me deu foi Lia que mora na Ilha de Itamaracá”, canção essa que segundo Lia é de autoria de Teca Calazans. Conhecida nacional e internacionalmente, faz diversos shows ao longo do ano. Foi merendeira numa escola no bairro de Jaguaribe, em Itamaracá, mas, atualmente vive só das atividades artísticas, estando também à disposição da Casa da Cultura em Recife.	- Em 2004 foi 1 matéria falando a respeito da Ordem do Mérito Cultural recebida por Lia. - Em 2007 foram 3 matérias, todas falando a respeito da sua agenda de shows. - Em 2008 foram 5 matérias, também abordando a agenda de shows.	- Em 2004 foram 2 matérias ambas falando sobre a criação do Espaço Estrela de Lia. - Em 2005 foram 9 matérias, sendo 8 delas falando sobre as apresentações de Lia e uma dela falando sobre patrimônio vivo e citando Lia como exemplo. - Em 2006 foram 11 matérias, abordando tanto a sai agenda de shows, quanto citando a cirandeira como exemplo de produtora de cultura popular. - Em 2007 foram 10 matérias, todas tratando sobre a agenda de shows da cantora. - Em 2008 foram 12 matérias sobre shows da artista.

NOME DO PATRIMÔNIO VIVO E PERFIL RESUMIDO	PE360GRAUS	JORNAL DO COMMÉRCIO
Reginaldo Alves Ferreira (Mestre Camarão) Sanfoneiro, nasceu na cidade de Brejo da Madre de Deus, no dia 23 de junho de 1940. Ganhou o apelido de “Camarão” por ser loiro com as bochechas rosadas. Iniciou sua carreira tocando em feiras e festas populares em Caruaru e região. Em 1961, a convite do então presidente Jânio Quadros participou das comemorações do 1º ano da fundação da cidade de Brasília, juntamente com o mestre Vitalino. Fez parcerias com alguns artistas nordestinos de renome, tais como, Luiz Gonzaga, Marinês e Dominginhos.	- Em 2006 foram 2 matérias veiculadas, falando sobre o estado de saúde do sanfoneiro que tem problemas de insuficiência renal. - Em 2007 foram 3 matérias, uma delas falando sobre a sua participação no São João de Caruaru e as demais falando do projeto “Tem Sanfona na Escola”, onde o mesmo participou dando aulas de sanfona para alunos e professores de escolas públicas do Recife. - Em 2008 foi apenas 1 matéria falando sobre a agenda de shows.	- Em 2005 foi 1 matéria. - Em 2006 foi 1 matéria. - Em 2007 foi 1 matéria. Nos anos acima, o mestre Camarão foi citado em matérias que falavam sobre patrimônio vivo. - Em 2008 foi 1 matéria falando sobre a homenagem do carnaval de Bezerros aos patrimônios vivos.

Fonte da autora

Diante dos dados já apresentados no quadro acima, percebemos que segundo o critério de buscar matérias através da ferramenta de busca nos sites do Jornal do Comércio (jonline) e do Pe360graus, não foram encontradas ocorrências de matérias sobre esses artistas populares datadas ao período anterior ao ano de 2004. Assim, ao final da pesquisa acabou sendo contemplado o período correspondente ao ano início de 2004 até o final de 2008.

De modo a resumir os dados expostos anteriormente, a seguir será apresentado um quadro comparativo, demonstrando de forma mais sucinta a quantidade total de matérias veiculadas em cada veículo de comunicação estudado, a fim de construir uma base sólida a respeito dos dados coletados.

Quadro 2: resumo da quantidade de matérias pesquisadas

Artista Popular	Total de matérias e principal assunto abordado
Ana das Carrancas	Foram 18 matérias, sendo o foco da matéria exposições, mostras e eventos de arte. Assim, Ana das Carrancas, na maioria das matérias pesquisadas é apenas citada, não sendo ela o principal assunto da matéria, entretanto, nas matérias em que ela é citada é reforçada a sua notoriedade.
Canhoto da Paraíba	Foram 13 matérias, a maior parte delas (num total de 10) deram muita ênfase à sua doença, não retratando tanto seu trabalho enquanto artista. Por outro lado é importante verificar que a doença que acometeu Canhoto da Paraíba, o AVC é algo corriqueiro, então percebe-se que ele só consegue essa visibilidade no momento da enfermidade porque anteriormente ele já tem esse espaço público conquistado.
Zé do Carmo	No total foram 4 matérias, mas, nenhuma delas abordou o artista como tema principal, ele apenas serviu de referência para o que estava sendo abordado, no caso do carnaval de Bezerros, da mostra de Artes e da homenagem aos Patrimônios Vivos, que foram os temas principais das matérias.
J. Borges	No total foram 57 matérias, abordando diversos aspectos do artista, tanto o pessoal quanto o profissional. Pode-se perceber, pela inúmera quantidade de inserção na mídia que o trabalho de J. Borges já possui um espaço conquistado e consolidado nas pautas midiáticas. Seu trabalho consegue ir além do popular local e conseguir a projeção midiática.
Dila	Foram um total de 5 matérias encontradas, em 4 delas o artista era apenas citado para reforçar o tema que estava sendo abordado em cada uma. Em 2007 uma das matérias veiculadas foi justamente uma intitulada: “Em Caruaru, é o mestre Dila que atrai visitantes”, que chama atenção pelo fato de transformar e reforçar o atrativo turístico dos produtos culturais locais.
Nuca	Foram um total de 10 matérias veiculadas, com relação ao conteúdo de cada uma delas o artista era apresentado como referência ao tratar de Feira de Artesanatos e Premiações nas quais obras do artista foram expostas.
Manuel Eudócio	Foram 7 matérias e, nenhuma delas tinha como tema principal o trabalho ou a vida do artista, apenas o citava como referência.

Artista Popular	Total de matérias e principal assunto abordado
Mestre Salustiano	Foram veiculadas nos veículos estudados um total de 34 matérias, onde as mesmas abordavam principalmente a agenda de shows do mestre Salustiano e também o citava enquanto patrimônio vivo. Um outro aspecto importante é a repercussão que a sua morte teve na mídia, tendo sido objeto de notícia em ambos os veículos de comunicação.
Lia de Itamaracá	Foram veiculadas 53 matérias que citavam Lia de Itamaracá, as mesmas abordavam principalmente a agenda de shows da cantora e, divulgavam seu trabalho, bem como o seu Espaço de Eventos denominado “Estrela de Lia”, situado na praia de Jaguaribe, na Ilha de Itamaracá, local onde reside.
Mestre Camarão	Foram veiculadas 10 matérias que citavam o mestre camarão, o tema delas era justamente o Registro de Patrimônio Vivo e o mesmo era referenciado enquanto sendo um dos artistas populares agraciados com o título.

Fonte da autora

A partir dos dados expostos nos quadros anteriores constata-se que os chamados Patrimônios Vivos de Pernambuco já possuem um espaço conquistado nos veículos midiáticos locais. As editorias que mais abordam esses artistas populares são as dedicadas a lazer e a cultura. As principais temáticas abordadas são a respeito dos artistas variam de acordo com o trabalho desenvolvido por cada um.

A quantidade de matérias veiculadas em ambos os veículos pesquisados tenderam a aumentar após a entrega do Registro de Patrimônio Vivo, no ano de 2006, pois, deve-se lembrar que a Lei Raul Henry é datada de 2002, mas, que a mesma só foi posta em prática com a entrega dos prêmios a partir de janeiro de 2006. Deste modo uma das hipóteses para o aumento das inserções desses artistas nas pautas midiáticas é justamente o respaldo dado pelo Estado de Pernambuco através da Lei, isto fica explícito também quando se faz um levantamento e verifica-se que a maior parte das vezes em que esses artistas eram citados nas matérias era para falar a respeito do título de patrimônio vivo.

Ao todo foram 211 matérias encontradas ao longo do período pesquisado, no quadro a seguir serão apresentadas a quantidade de matérias de acordo com o ano da publicação das mesmas.

Quadro 3: veiculações de matérias por ano

Ano da Veiculação	Quantidade
2004	14
2005	47
2006	36
2007	42
2008	72

Fonte da autora

Os artistas relacionados à área musical, como é o caso do Canhoto da Paraíba, da Lia de Itamaracá, do mestre Salustiano e do mestre Camarão são, em sua maioria, trazido em matérias que falam a respeito de shows e de festivais de música dos quais os mesmos participam.

Por sua vez, os artistas populares relacionados ao artesanato e às artes plásticas, que são Ana das Carrancas, Manuel Eudócio, Dila, J. Borges, mestre Nuca e Zé do Carmo costumam ser pautas de matérias que falam sobre mostras de arte.

Sem distinção de área de atuação, embora em quantidade menor, porém não menos representativas, existem as matérias destinadas a falar a respeito da história dos artistas e também das premiações por eles recebidas. Um fato que chama atenção é que nas matérias em que os mesmos são tratados como Patrimônios Vivos os seus trabalhos também são definidos como elementos constituintes da cultura popular do Estado e, esses artistas por sua vez exercem o papel de representantes “oficiais” dessa cultura, abaixo segue os trechos de algumas matérias que trazem esse aspecto de representação:

Enquanto usava as mãos pequenas para modelar brinquedos feitos com as sobras de barro dadas pela sua mãe, no início do século passado, Vitalino Pereira da Silva jamais poderia imaginar o quão revolucionária e famosa essa prática se tornaria em sua comunidade e no mundo. (...) Um desses seguidores é Luís Antônio da Silva, escolhido com o ceramista Nuca de Tracunhaém para representar o Brasil na edição latino-americana do Prêmio Unesco da artesanato 2004, que será entregue no próximo dia 6, durante o Encontro Internacional de Negócios de Artesanato em Salvador, em parceria com o Sebrae. **(matéria veiculada no Jornal do Comércio em 01/08/2004, título: Bom é ser popular).**

A prática artesanal está relacionada com contexto social no qual o mesmo está inserido, é uma manifestação popular artística, onde, são representados costumes, vivências e sentimentos populares. É interessante observar que a atividade artesanal está intimamente ligada as camadas mais populares, que encontram no artesanato um meio de tirar sustento para sua família, seja utilizando-o como fonte de renda principal, ou como complementar.

Outro aspecto a respeito da prática artesanal é a relação familiar e a transmissão de saberes e tradições, onde, na maioria das vezes desde a infância as crianças passam a terem contato com os trabalhos manuais e suas referidas matérias-primas.

Na matéria acima a noção de deslocamento espacial dos produtos da cultura popular já é posta em evidência, o produto popular não mais ocupa apenas o seu local de origem, os trabalhos produzidos tanto por Vitalino no passado quanto os produzidos pelo artesão Nuca de Tracunhaém passam a ter alcance mundial, não restringindo-se a comunidade de origem. O artista popular através da sua arte irá representar o Brasil numa premiação internacional e isso lhe concede, naquele momento o papel de representante oficial da cultura popular.

A seguir mais uma matéria jornalística que aborda os artistas populares enquanto “autoridades” no que concerne cultura popular:

O Conselho Estadual de cultura anuncia hoje os nomes do Patrimônio Vivo, mestres e grupos que irão receber uma bolsa do Estado para a preservação e repasse da cultura popular da região. (...) Os artistas contemplados com o benefício assumem o compromisso de repassar seus conhecimentos a alunos e aprendizes (...). **(matéria veiculada no Jornal do Comércio em 29/12/2005, título: Artista popular será tombado).**

O Estado irá dar subsídio aos chamados Patrimônios Vivos e a estes cabe o papel de preservar e disseminar a cultura popular. Com isso percebe-se que o Estado oficializa que estes artistas são de fato os detentores desses conhecimentos tradicionais e a eles é dado o papel de transmiti-lo a futuras gerações. No trecho que fala que “os artistas contemplados com o benefício assumem o compromisso de

repassar seus conhecimentos a alunos e aprendizes” já podemos identificar um novo comportamento com relação à transmissão do conhecimento popular.

Tradicionalmente os conhecimentos populares eram transmitidos de geração a geração e restringia-se esse repasse a comunidade local, mas, como Patrimônio Vivo o artista popular assume o papel de professor, de mestre e, visto que este respaldo é dado pelo Estado, então, mais uma vez é reforçada a idéia da representatividade dos trabalhos desses artistas dentro do contexto pernambucano.

Em outra matéria temos o seguinte relato:

A Cultura do Nordeste Brasileiro será a convidada de honra no XII distrito de Paris que, de hoje a 20 de maio, receberá o primeiro festival dedicado totalmente às artes, à música, ao cinema e a literatura nordestinos. Este festival, intitulado Destinos nordestinos, é o primeiro projeto organizado pela Associação da Mandioca, criada em 2005 por ocasião do Ano do Brasil na França com o objetivo de “difundir a cultura brasileira em suas manifestações mais autênticas, da cultura popular e seus aspectos mais eruditos, com sua vontade de democratização cultural”. (...) Outras duas exposições serão dedicadas às xilogravuras de *J. Borges* e aos quadros de *Heloísa Novaes* (...). **(matéria veiculada no Jornal do Comércio em 04/05/2006, título: Paris recebe festival dedicado à cultura popular do Nordeste Brasileiro)**

A introdução do texto supracitado afirma que “A Cultura do Nordeste Brasileiro será a convidada de honra (...)” o que dá margem a refletir a respeito da personificação dessa cultura no que se refere à representatividade das obras dos artistas populares. Mais adiante percebe-se que o objetivo do festival é “difundir a cultura brasileira em suas manifestações mais autênticas, da cultura popular e seus aspectos mais eruditos, com sua vontade de democratização cultural”, assim verifica-se uma tentativa de preservar o tradicional e ao mesmo tempo socializar cada vez mais esses valores.

O que chama atenção em todos os trechos de matérias selecionados é o fato de que eles fixam essa questão da representatividade do trabalho desses artistas no âmbito local. Os patrimônios vivos através dos seus trabalhos são produtores, reprodutores e difusores da identidade pernambucana.

Esses patrimônios vivos ganham projeção inclusive internacional enquanto representantes da cultura popular pernambucana. E todos esses aspectos citados contribuem para a divulgação da identidade local. Tem-se aí um jogo de interesses, tanto por parte do artista que necessita de divulgação para que seu trabalho possa ter

continuidade quanto por parte do Estado que a partir dessas obras consegue divulgar seus valores culturais.

É importante verificar ainda que a mídia através dessas veiculações também reforça a imagem de representantes da cultura popular atribuída aos “Patrimônios Vivos”. Desse modo, o reconhecimento se dá não só por parte do Estado ao dar o título de Patrimônio Vivo, mas também por parte da mídia que reforça esse aspecto através de matérias que divulgam seus trabalhos e sua notoriedade no âmbito local, regional e até internacional e ainda pode-se perceber o reconhecimento da sociedade quando a mesma passa a prestigiá-los em feiras, shows, exposições, dentre outros eventos.

Concluída a etapa quantitativa foram selecionados os três Patrimônios Vivos que mais tiveram matérias veiculadas a seu respeito nos veículos selecionados para o estudo durante o período de janeiro de 2002 até dezembro de 2008. Deste modo estabeleceu-se que para a segunda fase do estudo seriam abordados: a cirandeira Lia de Itamaracá e o mestre Salustiano.

O objetivo de selecionar apenas três deve-se ao fato de que nesta fase da pesquisa pretende-se aprofundar ainda mais o estudo das mediações existentes entre a mídia, o Estado, a sociedade e os Patrimônios Vivos, construindo assim um estudo de caso.

O estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde as múltiplas fontes de evidência são utilizadas. (Yin, 2001, apud Duarte, 2006, p.216).

Desse modo, foram selecionadas 10 matérias sobre cada um deles, sendo o critério de seleção justamente matérias que abordem esses artistas denominando-os Patrimônio Vivo. Esse critério deve-se ao fato de que parte do foco do estudo é justamente a questão do Estado, interferindo nessas manifestações culturais populares através de Leis e regulamentações, corroborando para a solidificação desses artistas enquanto personagens formadores da identidade cultural do povo pernambucano.

Além das matérias foram feitas entrevistas com esses Patrimônios Vivos a fim de compreender qual a visão que os mesmos têm tanto da presença do Estado quanto da presença da mídia em seus trabalhos. Visto que o Estado e a sociedade são atores importantes nesse processo de construção, também foram entrevistados

representantes do Estado envolvidos com a temática do Patrimônio Vivo, além de intelectuais e pesquisadores da área de cultura popular.

Com base nos dados coletados foi produzido o estudo de caso que segue a lógica representada no esquema a seguir:

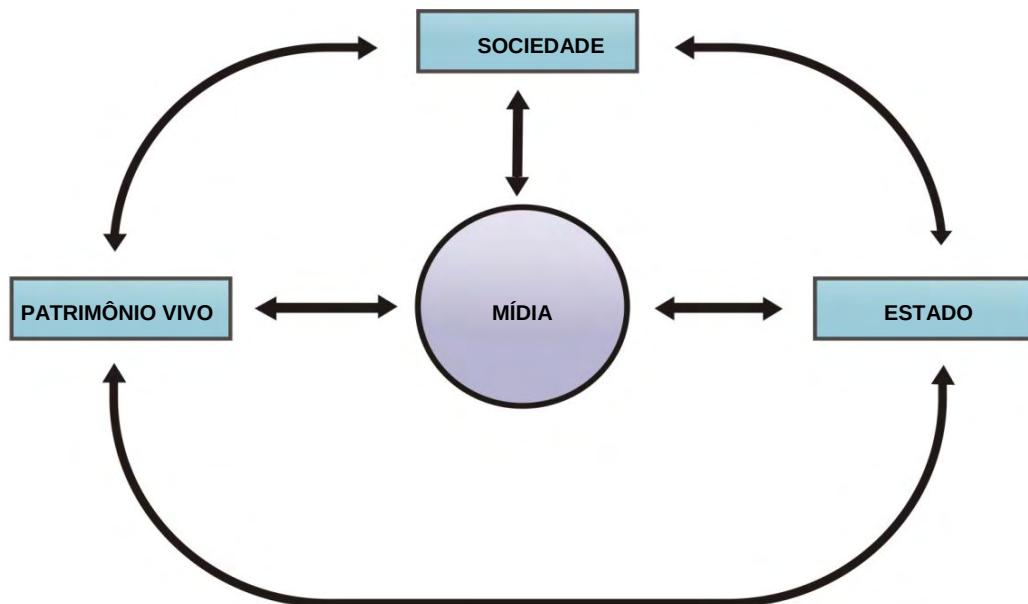


Figura 1: Esquema geral dos estudos das mediações
Fonte da autora

Para esse estudo, o ponto de partida é justamente a mídia, deste modo, a mídia é o centro onde converge a sociedade, o Estado e o Patrimônio Vivo é ela quem “medeia” as relações apresentadas. Esta mediação é realizada a partir das apropriações dos elementos sociais e de sua reprodução nos meios de comunicação de massa.

O chamado Patrimônio Vivo atua dentro de sua comunidade, reivindicando seu espaço e seu reconhecimento cultural e, para isso ele se utiliza da mídia para fazer essa projeção e com isso consegue também chamar a atenção do Estado para o seu trabalho, bem como para a sua comunidade. Os Patrimônios Vivos de Pernambuco são exemplos de agentes mediadores dos conteúdos populares para a mídia e também das

mídias para o contexto popular. Essa capacidade de transpor as barreiras do popular e da mídia, alcançando visibilidade em prol do seu trabalho com a cultura popular, bem como para sua comunidade é chamado de ativismo midiático, assim, os Patrimônios Vivos agem como ativistas midiáticos nesse processo de mediação, ou seja, o ativista midiático:

É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz de 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, 2008, p. 48)

O Estado, por sua vez fecha esse ciclo de alimentação e retroalimentação onde geram-se expectativas sociais, individuais e midiáticas, e isso se dá, dentre outras maneiras através de mecanismos legais, tais como as Leis, como no caso de estudo a do Patrimônio Vivo de Pernambuco. Isso acontece, dentre outras razões porque o próprio Estado reconhece que ele mesmo necessita de projeção e de visibilidade, haja vista que com o processo de globalização não apenas produtos industrializados circulam com facilidade, mas, também produtos e valores culturais. É nesse sentido que o Estado procura valorizar e reconhecer os elementos que lhes são próprios e lhes identificam enquanto único, e, são os elementos culturais que fornecem essa carga identitária.

Para compreender as mediações sociais é necessário entender o modelo social vigente, pois, a sociedade é o contexto onde irá se desenvolver todos esses processos de mediação. Na atual conjuntura a sociedade vive tanto o momento da globalização, onde produtos e processos são facilmente disseminados ao redor do mundo e, por isso as relações de mediação são determinadas segundo a lógica de mercado vigentes, visto que a sociedade atual pode ser entendida como uma sociedade de consumidores.

(...) devemos recordar, contudo, que numa sociedade de consumidores, em que vínculos humanos tendem a ser conduzidos e mediados de bens de consumo, o sentimento de pertença não é obtido seguindo-se procedimentos administrados e supervisionados por essas “tendências de estilo” aos quais se aspira, mas por meio da própria identificação metonímica do aspirante com a tendência (BAUMAN, 2008, p107-108).

A sociedade escolhe os produtos a serem consumidos e, por esta razão necessita identificar-se com os mesmos. Então as mediações se adequarão as demandas de consumo, por exemplo, o popular procura estar em evidência, para aproximar-se dos “consumidores” dos seus produtos e assim manter-se “vivo” dentro da cadeia social. Tanto a cultura popular quanto o Estado precisam ser objeto de desejo para os “consumidores sociais”, precisam se fazer presentes e necessários na vida dos mesmos e uma das formas de difundir suas peculiaridades e seus trabalhos é através da mídia.

Assim, cada instância apresentada na figura acima possui um papel importante, tanto na constituição cultural, quanto nas práticas comunicacionais, através dos elementos apresentados anteriormente pode-se verificar a íntima relação e a indissociabilidade de cada área distinta, entretanto tão complementares. Esses elementos e essas conectividades sociais é que serão apresentadas no estudo exploratório que se seguirá.

4 Lia de Itamaracá, dos pés descalços na beira do mar aos palcos internacionais

Talento, reconhecimento do Estado e projeção midiática, três elementos que fizeram e fazem a cirandeira Lia de Itamaracá ser uma “autoridade” no que faz.

O Estado de Pernambuco, após incluí-la nos hall dos contemplados pela lei de Registro de Patrimônio Vivo, além de conceder-lhes uma pensão vitalícia, retirou-lhe da escola onde a mesma era merendeira, oferecendo-lhes trabalho na Casa da Cultura, fazendo com que Lia passasse a atuar exclusivamente no ramo da cultura popular. Outra conquista de Lia foi a construção do Espaço Estrela de Lia que fica na praia de Jaguaribe e abriga apresentações culturais da cirandeira e também de outros artistas populares, além de servir como espaço para cursos para a comunidade local. Tudo isso corrobora para fazer de Lia uma ativista midiática que, com sua atuação conseguiu atrair visibilidade para si e também para a comunidade em que vive.

Com relação a projeção midiática seus trabalhos são difundidos mundialmente, o que chegou a gerar frutos, como apresentações no exterior.

Maria Madalena Correia do Nascimento, ou Lia de Itamaracá como ficou conhecida após a famosa música: “Essa ciranda/ quem me deu foi Lia/ que mora na Ilha de Itamaracá”, música de autoria de Baracho e gravada por Teca Calazans, que é cantora e compositora. Lia nasceu na Ilha de Itamaracá, em 1944, canta ciranda desde os 12 anos de idade e, diferente de muitos artistas populares, seu talento não tem origem na família, pois ela é a única que tem inclinação artística. Apesar de sua precoce iniciação nas artes, foi somente em 1977 que ela lançou seu primeiro LP, intitulado “A Rainha da Ciranda”. A cirandeira faz shows em diversos estados do Brasil, tendo realizado inclusive shows no exterior, como no caso na França. Paralelamente à vida de artista, nos anos 80, Lia de Itamaracá era merendeira numa Escola Estadual do Bairro de Jaguaribe (bairro onde mora).

É com esse reconhecimento que a artista consegue o título de Patrimônio Vivo Pernambucano, em 2006. Cabe, deste modo os seguintes questionamentos: Como a

mídia contribui para a construção da referência de Patrimônio Vivo? E de que forma esses Patrimônios Vivos atuam enquanto “ativistas midiáticos”³?

A lógica do estudo será apresentada a partir do seguinte esquema:

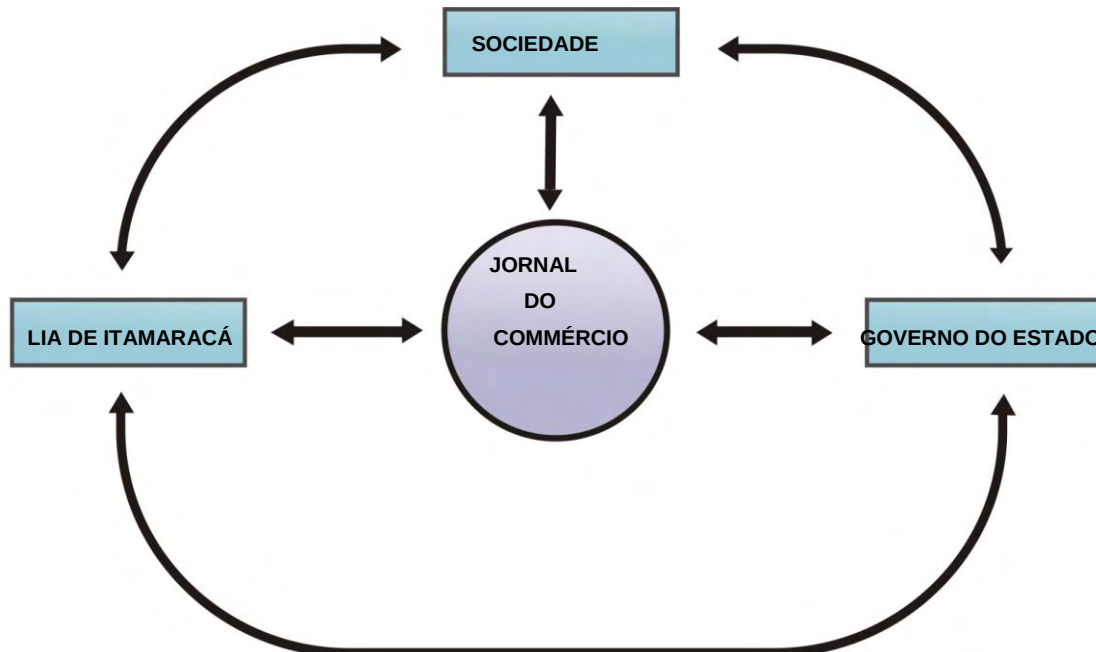


Figura 2: Esquema das mediações para o Estudo de Lia de Itamaracá
Fonte da autora

O ponto de partida das análises é a mídia, representada ao centro da figura pelo Jornal do Comércio, visto que nesse estudo o objetivo principal é compreender as implicações da mídia no cotidiano social.

A mídia é entendida como uma instância mediadora, a ela cabe o papel de mediar às relações da sociedade, do governo do Estado e da cirandeira Lia de Itamaracá.

Esta mediação é realizada a partir das apropriações dos elementos sociais e de sua reprodução nos meios de comunicação de massa.

Lia de Itamaracá, atua dentro de sua comunidade, reivindicando seu espaço e seu reconhecimento cultural e, para isso ela se utiliza da mídia para fazer essa projeção

³ Entende-se por ativista midiático aquele ator social que age em prol do grupo que pertence, disseminando, divulgando e até reivindicando melhorias e visibilidade para seu grupo de origem, para este fim, ele utiliza-se da mídia como instrumento de obter um maior alcance nas suas ações.

e com isso consegue também chamar a atenção do Estado para o seu trabalho, bem como para a sua comunidade.

O Estado de Pernambuco apropria-se desses bens culturais, regulamentando-os e oficializando-os através da Lei de Patrimônio Vivo que irá colocar regras no tocante a produção e também a transmissão desses saberes populares e, tudo isso também corrobora para agregar valor a cultura popular, contribuindo para que a mesma consiga espaço na mídia.

Por fim, a sociedade absorverá elementos culturais advindos diretamente de Lia de Itamaracá, mas, também poderá ter acesso a esses produtos culturais através da mídia, numa relação mediada pelo meio de comunicação. Ao adentrar no espaço midiático, Lia de Itamaracá passa a submeter-se a um processo de midiaticização.

Para compreender como se processam esses processos de mediação, apropriações e midiaticização as investigações desse estudo procuraram contemplar as diferentes instâncias representadas na figura, visto que a composição da mesma forma um sistema que não deve ser dissociado para melhor entendimento, pois, cada elemento atua de maneira distinta, porém são complementares. Os dados coletados para a análise tiveram origens em entrevistas, revistas e reportagens televisivas.

A Lei de Patrimônio Vivo em Pernambuco surgiu com a perspectiva de resguardar e proteger as culturas populares desse Estado. A referida Lei foi aprovada durante a gestão do Secretário de Educação e Cultura Raul Henry que destaca que

A idéia é que artistas que tenham um significado importante para a preservação da identidade daquele povo, ele possa ser tombado como parte dessa identidade e, no nosso caso, nós adaptamos a esse conceito a idéia de uma remuneração, para que eles pudessem em contrapartida, participarem de projetos educacionais, conferências, palestras, programações que pudessem é, transmitir para as novas gerações o significado daquela obra (...) **(depoimento em novembro de 2008).**

Com relação à construção identitária é necessário inferir a questão das relações de poder cultural e simbólico que nascem a partir das atividades de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas.

A cidade ou a casa, como sedimentação das histórias passadas, do tempo passado, serve assim de pólo de atração, constituindo sólidas fortalezas nessa

luta permanente que é o afrontamento do destino. E é aí que deve ser buscado o fundamento do apego afetivo ou passionai que liga o indivíduo ou o grupo ao território, qualquer que seja (MAFFESOLI, 1984, p. 57).

O enraizamento à origem e o apego ao local são os elementos que relacionam a comunidade com o local de origem e promovem a coesão social, é o fator que gera o sentimento de reconhecimento, de pertencimento. A cultura popular é geradora dessa sedimentação das histórias passadas, ao apresentar e representar costumes dos antepassados há uma tentativa de regresso às origens. Em outras palavras, a cultura popular serve também como uma mediadora desse momento passado no atual presente.

As relações que ligam o passado e o presente, a busca pela origem e a adequação ao novo não são totalmente passíveis. Existe toda uma gama de interesses e um jogo de poderes a ser contemplada, faz parte da vida cotidiana faz parte das instâncias mediadoras. E todos esses elementos constroem e reconstróem significados simbólicos, que, em algum momento irão remeter às suas origens.

A vida cíclica nos remete a esse tempo de paixão que predomina sobre todas as construções racionalizantes. E é preciso reconhecer-se que é perfeitamente legítimo querer reformar ou revolucionar essa conjuntura, pois o ritmo cíclico, por meio de seus diversos rituais, nos leva a uma epistemologia renovada que somente agora começa a se constituir (MAFFESOLI, 2007, p. 183).

O retorno ao passado não significa uma estagnação social, mas, trata de uma tentativa de encontrar um equilíbrio nas origens, haja vista que ele é o ponto de partida da construção de toda uma história. Desse modo, o tempo presente também constrói sua história, agregando aos elementos já consolidados novas formatações e é assim que entre a mediação do passado com a cultura popular que emerge a mediação midiática, que surge para dá outros moldes a antigas representações simbólicas, que por fim terá a mesma conotação para a comunidade.

Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmo em formas simbólicas ou de interpretação das expressões usadas pelos outros; eles são continuamente envolvidos na comunicação uns com os outros e na troca de informações de conteúdo simbólico. (THOMPSON, 1998, p. 24).

Essa construção identitária e essas relações de poder coexistem no meio social, as crenças, os valores e as práticas sociais são transmitidas de geração em geração através do cotidiano, das conversas de calçada, dos ensinamentos familiares e religiosos. Nas comunidades populares, de uma maneira geral a cultura, fazeres e afazeres são transmitidos pela oralidade, pela repetição e pela imitação das antigas gerações. Na proposta de preservação do Patrimônio Vivo vêem-se que já inicia-se um rompimento com a tradição o que antes era transmitido na naturalidade do dia-a-dia, agora começa a fazer parte de conferências, oficinas, palestras e verdadeiros espetáculos que mostram e projetam a cultura popular.

O conceito de tradição é relacionado à transmissão, no caso transmissão oral de saberes, hábitos e costume. É a tradição a responsável pela transmissão de geração a geração do legado cultural, e ela que é capaz de gerar um elo entre a geração atual e seus antepassados.

Se tradicionalmente o legado cultural é transmitido através da oralidade, atualmente a modificação principal desse processo de transmissão dá-se pelo fato de que esta oralidade pode ser mediada pelos meios de comunicação, possuindo maior alcance e não ficando apenas restrita a comunidade de origem.

O popular, antes relegado aos guetos e a marginalidade, a partir desse reconhecimento do Estado passa a galgar outro patamar, representando toda uma identidade cultural. A cirandeira Lia de Itamaracá bastante conhecida na comunidade onde mora, reconhecida como Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco passa a possuir um outro papel na comunidade onde vive, possuindo um reconhecimento não apenas no âmbito local, mas, no âmbito nacional esses aspectos contribuem para que o trabalho de Lia consiga alcançar projeção na mídia.

O Estado enquanto poder político é algo criado pela sociedade para regular e administrar os bens sociais de determinada localidade, dentre os bens estão os valores tradicionais culturais. A cultura não pode ser entendida apenas como um elemento social dissociado das questões políticas, pois, a cultura popular, os hábitos e costumes é quem irão dar sustentabilidade ao poder público quanto a sua formação identitária.

Nesse sentido, entre as relações do poder público e da cultura popular há todo um processo de negociação, pois, os valores culturais estão enraizados no cotidiano e

na história das pessoas e eles são quem nortearão suas escolhas, por isso, o Estado só pode ser soberano se ele prezar pelas características que o identifica e o distingue dos demais.

Pernambuco só é identificado como tal por conta do composto que o torna povo, o pernambucano se identifica a partir de sua cultura, do seus hábitos, de seus costumes, é todo esse conjunto que forma a unidade e a identidade de um povo.

Todos os elementos apresentados trabalham conjuntamente para uma modificação comportamental desses artistas populares. Se antes costumava-se encontrar a Lia na beira do mar cantando sua ciranda, hoje a mesma costuma se apresentar no Espaço Cultural Estrela de Lia, localizado na praia de Jaguaribe, além disso, se antes a mesma dividia seu dia-a-dia com seu trabalho artístico e com o trabalho de merendeira, hoje ela encontra-se a disposição da Casa da Cultura, em Recife, visto que o Estado entendeu que ela não conseguia conciliar o trabalho na escola e sua agenda de shows e viagens.

A cultura popular e a identidade cultural promovida através dos patrimônios vivos são algo pertencentes a um povo, a uma comunidade específica e, que a partir de seu reconhecimento sugere-se que o mesmo passe a representar todo um Estado. Com a perspectiva de difundir esses valores culturais inicia-se os deslocamentos. Lia não tem mais apenas espaço e valor na sua comunidade original, mas, sim tem uma representatividade maior.

(...) às vezes as pessoas chegam aqui em Itamaracá e perguntam: Cadê Lia? E muitas vezes eu estou viajando. Eu queria muito ficar aqui, mas, às vezes não tem espaço e a gente tem que sair (...) **(Trecho extraído da Série Riqueza Pernambucana, exibida em março de 2002 no NETV, apresentado pela Globo Nordeste).**

Lia de Itamaracá faz turnês pelo Brasil e nem sempre está no seu lugar de origem, ou seja, no local onde muitos esperam encontrá-la. Por outro lado, ao apresentar-se fora de sua comunidade de origem, Lia consegue atrair atenção para sua localidade, atuando assim como um ícone representativo da Ilha de Itamaracá. Quem cuida da agenda e da produção da artista é seu produtor.

Quando quiser marcar algo comigo ligue pro meu produtor (...) ele é quem pode responder as coisas. Aí é só dizer o assunto que ele me diz como eu tenho que me vestir, se vai fazer alguma coisa aqui em casa. É que tem as roupas de festa e de apresentação, aí você diz como quer, se vai tirar foto, se vai filmar, é só dizer (...) **(depoimento de Lia de Itamaracá, em novembro de 2008).**

É interessante verificar que existe uma preocupação com o modo de se apresentar e a finalidade da apresentação e, tudo isso é determinado a partir da lógica mercadológica de “vender” esse produto cultural que é a ciranda. O produtor também é um personagem relativamente recente no cotidiano dos artistas populares, ele aparece como o responsável por promover, divulgar e dar uma nova roupagem as produções artísticas a fim de que as mesmas estejam adequadas ao mercado cultural.

Em Itamaracá Lia faz parte da história da comunidade, ela também preenche e serve como ícones para outdoors que ilustram o caminho da Ilha, anunciando imóveis.

As variáveis apresentadas contribuíram para fazer de Lia Patrimônio Vivo de Pernambuco. Um dos elementos já colocados anteriormente é que para tornar-se apto ao título de Patrimônio Vivo de Pernambuco é necessário comprovar o exercício da atividade cultural por pelo menos 20 anos, e a principal forma de comprovação é através de recortes de jornais e/ou revistas cujo os mesmos tenham sido alvos de matérias. É nesse critério que entra a crítica de Roberto Benjamin, o então presidente da Comissão Nacional do Folclore à época da criação da Lei, a crítica faz referência principalmente no tocante as dificuldades e, porquê não dizer das impossibilidades dos portadores da cultura tradicional popular em comprovarem essas atividades, visto que dificilmente os mesmos possuiriam esses documentos comprobatórios.

Nesse aspecto compreende-se a relação de poder e a tentativa de entender os limites da projeção midiática que é capaz de ser um fator determinante do que o artista popular é e do que ele faz e há quanto tempo faz. A mídia, nesse caso torna-se a grande comprovação de algo que nem sempre foi, nem é produto tipicamente midiático. Cria-se a grande idéia de quem produz deve está na mídia para ser reconhecido.

Pode-se vislumbrar a complexidade das relações existentes entre: Mídia - Patrimônio Vivo – Estado – Sociedade, apesar da complexidade, percebe-se que existem relações intrínsecas e indissociáveis em cada instância apresentada.

Como já foi exposto existem modificações de diversos papéis a partir das mediações promovidas por essas relações. Se por um lado o Estado possui seu papel, que segundo Raul Henry é determinado por

(...) contrabalançar essa força do mercado, que muitas vezes em função dos interesses momentâneos da indústria terminam esmagando expressões genuínas da cultura. Porque o poder da mídia é muito grande, o Estado também tem esse papel, de apoiar aquelas expressões da cultura que são expressões genuínas, mas que muitas vezes não têm aquele apelo midiático. Que portanto não são tratadas como produto pela indústria cultural **(depoimento em novembro de 2008)**.

Por outro lado, verificamos que a mídia vem sendo colocada tanto pela sociedade, quanto pelo estado como elemento de reconhecimento. O Patrimônio Vivo, em particular, a Lia de Itamaracá para conquistar espaço social e midiático também passa a se enquadrar nas lógicas de mercado, quais sejam as formas de divulgação e produção para se tornar algo atrativo. Ao fazer parte dessa lógica, a Lia passa também a trazer atenção para sua comunidade de origem, atuando definitivamente como ativista midiática.

É através de suas atuações enquanto ativistas que ela se projeta na comunidade, reivindicando, trazendo melhorias e ajudando a modificar as práticas cotidianas. No Espaço Cultural Estrela de Lia, ela mantém com ajuda do governo, atividades como oficinas de percussão, cabelos afro, culinária, dentre outras atividades sócio-culturais.

O Espaço Cultural Estrela de Lia constitui um ambiente de práticas educativas e sociais que contribui para o desenvolvimento local.

(...) é um espaço aberto qualquer um pode ir, você pode passar lá pra vê, a gente tem oficina de doce, de cabelo afro, (...) até o projeto acabar o povo vai saber fazer um monte de coisa, pelo menos tira essa mocidade da rua. **(Lia de Itamaracá, depoimento em novembro de 2008)**

A comunidade de origem da cirandeira, ou seja, a praia de Jaguaribe torna-se um verdadeiro “palco” atrativo para turistas e também passa a receber atenção da mídia e do Estado visto à proporção alcançada devido aos trabalhos culturais de Lia de Itamaracá. Cabe ressaltar que não convém aqui tratar de resolução das problemáticas sociais vivenciadas por essas comunidades, também não é o caso de dizer que a

ciranda resolveu os problemas da comunidade, mas, pode-se dizer que ao menos Jaguaribe não está mais no anonimato, pois, o bairro tem voz representativa tanto Estado quanto na Mídia, o que ao menos proporciona visibilidade a esse povo.

Em suma, a mídia provoca modificações na naturalidade dos processos culturais populares. Ao inserir-se na mídia, a cultura popular necessita de adaptações para se tornar um produto midiático, fazendo de suas atividades culturais verdadeiros produtos para consumo.

Essa adaptabilidade para inserir-se no contexto midiático faz com que a Lia de Itamaracá e tantos outros artistas populares “remodelem-se a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter atenção e atrair fregueses” (BAUMAN, 2007, p. 13).

Essa “remodelagem” não parte apenas dos artistas populares. A mídia também se modifica para inserir os conteúdos advindos da cultura popular. Por isso os estudos de folkcomunicação se interessam por estudar “as manifestações da mídia (cultura de massa) que adotam, em sua difusão, os elementos simbólicos e o universo lingüístico da cultura popular”.

Para a mídia, o popular não atrai pela naturalidade da sua cotidianidade, atrai pelo inusitado, por ser diferente. No caso de Lia de Itamaracá, a sua ciranda faz parte do cotidiano da comunidade de Jaguaribe (bairro onde Lia mora), mas, ao subir nos palcos do exterior e ao entrar no universo das páginas de jornais e das telas de televisão, Lia e seu trabalho popular tornam-se algo espetacular. É esse inusitado, e espetacular que “vende” no contexto midiático.

É o elemento de “consumo” que impulsiona a mídia, é a atração dos consumidores por esse tipo de conteúdo que faz com que os meios de comunicação tenham interesse de difundi-los. Por necessidade de estar dentro desse contexto midiático os artistas populares se adéquam a essa demanda de mercado. Ao falar a respeito de matérias jornalísticas a sobre seu trabalho, Lia de Itamaracá é bastante enfática ao dizer que

lógico que eles tem que me avisar, tem que ligar antes pra eu poder me preparar pra fazer o sistema como é que eles querem, pra saber se é entrevista, se é pra jornal, se é pra rádio, se é com roupa de show, se é sem ser roupa de

show e tem que preparar pra gente poder conseguir fazer o trabalho . **(Lia de Itamaracá, depoimento em novembro de 2008).**

Ao vislumbrarmos a atual sociedade midiaticizada, a projeção midiática possui um valor tão intenso, cabe refletir que

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressucitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. (BAUMAN, 2007, p. 20).

Trazendo para o contexto em estudo, com as manifestações populares não é diferente. Faz-se necessário uma re-formatação dos elementos populares para que estes não sejam fadados ao esquecimento.

Desde que eu comecei na minha carreira artística que eu dou entrevista pra rádio e televisão, eu queria as primeiras reportagens que eu dei em revista, jornal, televisão tudo, eu queria encontrar as primeiras entrevistas. Já participei de Paraíba Mulher Macho (...) aqui em Vila Velha, já participei da novela Riacho Doce, com Vera Ficher em Carne de Vaca, já participei de 4 Rodas, Caso Verdade, Fantástico, tudo isso. **(Lia de Itamaracá, depoimento em novembro de 2008).**

Do discurso acima se pode constatar o espaço midiático conquistado pela cirandeira, que vai desde sua participação em entrevistas jornalísticas, até novelas.

Além desses aspectos midiáticos cabe lembrar a importância da interferência do Estado com relação a dar sustentabilidade à cultura popular.

A questão do suporte econômico para a continuidade dos trabalhos artísticos é fundamental e, é nesse sentido que o Estado também passa a desempenhar seu papel, buscando fomentar projetos que incentivam e estimulam a produção popular, buscando dar continuidade aos aspectos identitários da sociedade. Muitos artistas populares necessitam de terem atividades paralelas para poder sobreviver, como foi o caso de Lia de Itamaracá que por muitos anos trabalhou como cozinheira, tanto em bar, como em escolas.

(...) ou compor música ou faz comida ai fica aquela mistura medonha, não é que não dê, mas fica difícil pra mim. Eles agora tão tentando me colocar na parte da cultura, já me tiraram da cozinha e to esperando eles me chamarem,

que eu trabalho dois dias na casa da cultura (...) e isso tudo quando eles resolverem (...). E tem o patrimônio vivo que é uma ajuda muito boa chegou na hora que eu tava mais necessitada, pra mim hoje foi uma beleza e até hoje tá sendo, nunca farraparam é uma coisa que me pagam 700 reais todo mês até enquanto eu existir, pra mim foi uma beleza. **(Lia de Itamaracá, depoimento em novembro de 2008).**

Observa-se que no depoimento anterior Lia coloca a necessidade de dedicar-se apenas as atividades artísticas, no entanto o fator sobrevivência tem um peso grande nessa decisão, sendo assim, o Estado percebeu essa necessidade e resolveu incumbi-la de atividades meramente artísticas, colocando-a para trabalhar na Casa da Cultura e ainda beneficiando-a com o título de patrimônio vivo do estado de Pernambuco, que lhe rende uma bolsa mensal.

Diante de todo o trabalho que Lia de Itamaracá ela já conquistou seu espaço na mídia. O quadro abaixo mostra as datas e os títulos das matérias que foram publicadas no Jornal do Comércio nos anos de 2004 a 2008.

Quadro 4: Datas e títulos das matérias veiculadas sobre Lia de Itamaracá

Jornal do Comércio	
Data de publicação	Título da matéria
24/8/2004	O recomeço de um projeto vitorioso
5/11/2004	Estrela de Lia é o novo palco da Diva da ciranda
20/1/2005	Raízes pernambucanas com incremento do dub
23/8/2005	Mestres compartilham o saber
27/8/2005	Mestres populares vão a sala de aula
30/8/2005	Boas idéias para a cultura popular
14/12/2005	Pernambuco Cultural vai se mostrar em outros Estados
30/12/2005	Pensão Vitalícia a Patrimônio Vivo
7/1/2006	Hoje é dia de ciranda na praia
7/1/2006	Tradição vem de família
14/1/2006	O doutor em cultura popular
1/2/2006	Mestres da cultura recebem honraria oficial

Jornal do Comércio	
Data de publicação	Título da matéria
7/2/2006	Roda de ciranda e coco no Alto da Sé
8/3/2006	Show popular comanda a abertura de Olimpíada
9/3/2006	Frevo e alto Astral na abertura da Olimpíada
21/3/2006	Ventos do Norte movem a mídia
8/4/2006	Pontos de Cultura trocam experiência em São Paulo
4/1/2007	Pernambuco ferve no verão
20/4/2007	Festa sonora no Marco Zero
23/4/2007	Raízes da Cultura Negra brasileira nos toques de Atabaques Nzinga
13/7/2007	Cultura popular dita ritmo da despedida da Fenneart
30/7/2007	O Brasil das mulheres negras
28/8/2007	Tradição e novidade se encontram no Sertão
30/8/2007	Carnaval do Recife em Sampa
30/8/2007	Fernando de Noronha em Festa
7/11/2007	Fundarpe seleciona candidatos
6/1/2008	Lia na Sapucaí
25/1/2008	Lia e Maciel Salú nas prévias
1/2/2008	A ordem é se divertir
2/2/2008	Emoção de sobra em encontro de rainhas
3/2/2008	Mascarados assumem a festa
16/6/2008	Lia faz apresentação impecável para poucos
13/6/2008	Lia aumenta a roda da ciranda
20/6/2008	Salu promove maratona na sua Casa da Rabeca
31/7/2008	Embaixada no Rio vai divulgar Pernambuco
19/8/2008	Embaixada divulga Pernambuco
21/11/2008	Ciranda de Lia em Itamaracá

Fonte da autora

Esse estudo exploratório tem por objetivo entender de que modo Lia de Itamaracá exerce seu ativismo utilizando-se do espaço que lhe foi cedido pelo Jornal do Comércio. Para compreender esse ativismo recorreu-se ao estudo das mediações, onde foi levado em consideração o trabalho da cirandeira Lia, a sociedade onde ela está inserida, o papel do governo de Pernambuco no reconhecimento do Patrimônio Vivo e as representações midiáticas.

A partir das matérias acima citadas, foram selecionadas apenas matérias que falavam em Lia de Itamaracá e a caracterizava como Patrimônio Vivo de Pernambuco, portanto, das 45 matérias publicadas nos 5 anos pesquisados, foram consideradas apenas 8 matérias para análise.

De posse desses dados já se pode identificar que Lia de Itamaracá já possui um espaço midiático conquistado. O Jornal do Comércio insere a cirandeira Lia e seus trabalhos em suas pautas, independente do título de Patrimônio Vivo concedido pelo Estado de Pernambuco.

As matérias que caracterizam ou citava Lia como um Patrimônio Vivo de Pernambuco são as seguintes:

Quadro 5: Matérias sobre Lia enquanto Patrimônio Vivo

30/12/2005	Pensão Vitalícia a Patrimônio Vivo
7/1/2006	Hoje é dia de ciranda na praia
1/2/2006	Mestres da cultura recebem honraria oficial
7/2/2006	Roda de ciranda e coco no Alto da Sé
30/8/2007	Fernando de Noronha em Festa
7/11/2007	Fundarpe seleciona candidatos
3/2/2008	Mascarados assumem a festa
13/06/2008	Lia aumenta a roda da ciranda

Fonte da autora

O objetivo dessa análise foi conseguir verificar de que modo a mídia vem se apropriando dos trabalhos de Lia de Itamaracá enquanto Patrimônio Vivo de Pernambuco. Em outra perspectiva o estudo procurou também entender a forma como

Lia de Itamaracá se apropria do espaço concedido pelo Jornal do Comércio para reforçar seu papel de Patrimônio Vivo e atrair as atenções para sua comunidade.

Como já foi bastante reforçado no referencial teórico deste trabalho, não se pode tentar compreender a mídia sem relacioná-la com as relações cotidianas, por isso o estudo das mediações se fez presente.

Cada elemento de mediação considerado pelo estudo foi analisado em separado para posteriormente ser comparado. Os elementos de mediação considerados foram: Lia de Itamaracá enquanto Patrimônio Vivo, a sociedade como o local onde as relações sociais se desenvolvem, o Estado de Pernambuco como fomentador da Lei de Patrimônio Vivo e o Jornal do Comércio como um dos espaços midiáticos que propicia as inter-relações entre Lia, a sociedade e o Estado de Pernambuco.

O quadro 6 apresenta uma breve caracterização das mediações identificadas nas matérias analisadas:

Quadro 6: Identificação das mediações nas matérias analisadas

Título da Matéria / Data	MEDIAÇÕES			
	Lia de Itamaracá	Sociedade	Estado	Mídia

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Lia de Itamaracá	Sociedade	Estado	Mídia
Pensão Vitalícia a Patrimônio Vivo/ 31/12/2005	É citada entre os agraciados do Registro de Patrimônio Vivo.	Artistas e grupos populares que podem vir a se beneficiar pela Lei de RPV, além de alunos e aprendizes que podem aprender a cultura tradicional com os mestres populares.	É o responsável pelo RPV.	Divulga a pensão vitalícia que será concedida ao Patrimônio Vivo.
Hoje é dia de ciranda na praia 07/01/2006	Lia é citada como uma das beneficiadas do Registro de Patrimônio Vivo.	Não está explícita na matéria, mas, indiretamente, pode-se constatar que a sociedade é o público que aprecia a ciranda	Não se faz nenhuma menção a qualquer instituição governamental.	Convida o público a participar das rodas de ciranda que acontecerão em Itamaracá

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Lia de Itamaracá	Sociedade	Estado	Mídia
Mestres da cultura recebem honraria oficial / 01/02/2006	É citada entre os agraciados do Registro de Patrimônio Vivo	É representada através da cultura popular caracterizada pelos artistas populares.	É o responsável pelo RPV	Responsável por fazer a cobertura do evento e descrever os acontecimentos da noite da entrega da premiação.
Roda de ciranda e coco no Alto da Sé/ 07/02/2006	É uma das atrações do projeto “Ciranda na Sé”.	É representada pela festa de rua, que traz elementos da cultura popular.	Representado pela Empetur e pela Prefeitura de Olinda que são os promotores do evento.	Divulga a programação do projeto semanal “Ciranda na Sé”
Fernando de Noronha em Festa / 30/08/2007	Será uma das atrações do aniversário de Fernando de Noronha e ministrará aula- espetáculo numa escola local.	São os turistas e a comunidade à qual o evento se destina.	É representado pela Fundarpe através de sua então secretária, Luciana Azevedo.	Divulga toda a programação que será apresentada durante as comemorações dos 409 anos do Arquipélago de Fernando de Noronha.

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Lia de Itamaracá	Sociedade	Estado	Mídia
Fundarpe seleciona candidatos 07/11/2007	É citada como uma das beneficiadas pela Lei de Patrimônio Vivo.	É representada pelos grupos e artistas populares beneficiados pelo RPV.	É representado pela Fundarpe que tem o papel de receber as inscrições.	Divulga o quantitativo de inscritos para o Registro de Patrimônio Vivo.
Mascarados assumem a festa 03/02/2008	É citada como uma das homenageadas do carnaval de Bezerros, que está homenageando os Patrimônios Vivos.	Nesta matéria é representado pelos foliões.	Não se faz nenhuma menção a qualquer instituição governamental.	Divulga e descreve o carnaval de Bezerros, falando de sua diversidade.

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Lia de Itamaracá	Sociedade	Estado	Mídia
Lia aumenta a roda da ciranda / 13/06/2008	É citada como Patrimônio Vivo e fala do lançamento de seu novo CD e do show de lançamento.	Nesse trabalho de Lia há uma inovação do que se espera do trabalho de um artista popular. Fica implícito que a sociedade possui estereótipos para o que é caracterizado enquanto cultura popular.	Não aborda nenhuma instituição governamental, mas, cita a cirandeira enquanto Patrimônio Vivo da Cultura Pernambucana.	A matéria comenta que o trabalho da artista nesse CD a diferencia dos demais artistas da cultura popular e a aproxima dos artistas do gênero MPB.

Fonte da autora

Caracterização das mediações apresentadas:

Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco, a cirandeira Lia de Itamaracá, foi abordada para fins de análise como sendo uma ativista folkmediática.

A terminologia “folkmediática” e “folklore” têm a mesma origem, ambas possuem suas raízes no termo “folk”, que significa povo, popular.

Entre tantas definições para o termo “folklore” pode-se destacar a definição de Martín Barbero onde

Folklore capta antes de tudo um movimento de separação e coexistência entre dois “mundos” culturais: o rural, configurado pela oralidade, as crenças e a arte ingênua, e o urbano, configurado pela escritura, a secularização e a arte refinada: quer dizer, nomeia a dimensão do tempo na cultura, a relação na ordem das práticas entre tradição e modernidade e às vezes sua mistura (2008, p.38).

A partir da definição apresentada pode-se constatar que o “folklore” é formado a partir dos hibridismos culturais entre o meio rural e urbano, num movimento contínuo onde permeiam diversos saberes e fazeres culturais que compõem a tradição.

Diante das explicações sobre “folklore” será construída a definição de “folkmiédia” para fins desse estudo.

A “folkmiédia” é, pois, a inserção do popular, do tradicional na mídia e vice-versa. O popular apropria-se de recursos midiáticos e a mídia, por sua vez, apropria-se do popular para compor suas pautas. Como ficou explícito na definição de “folklore”, a cultura tradicional não é estática, ela acompanha as mudanças sociais e, por isso, se insere nos diversos âmbitos da sociedade, inclusive na mídia.

É através da folkmiédia que a cultura popular pode ser mais amplamente difundida e divulgada fora de seu contexto de origem.

As representações da cultura popular tradicional nos meios de comunicação de massa (...) são, na sua maioria das vezes (...) simplesmente (...) exóticas e descontextualizadas em relação à vida das comunidades onde foram produzidas (Roberto Benjamin, 2004, apud MELO, 2008, p.11).

Esse deslocamento da cultura popular do seu local de origem através da mídia não será apresentado como um aspecto positivo ou negativo para as tradições populares, será tratado como uma consequência natural dos atuais aspectos sociais, onde se valoriza muito a exposição e também o conhecimento através da informação.

A cultura popular através de elementos como cânticos, saberes e simbologias é capaz de gerar informações e é sob essa perspectiva que os fenômenos culturais são vistos enquanto processos comunicativos, justamente pela capacidade de tornar comum as tradições.

Os artistas populares, neste caso em particular, a cirandeira Lia de Itamaracá é uma produtora desse tipo de comunicação, denominada folkcomunicação, que já foi explicada com maiores detalhes em capítulos anteriores desse estudo.

Lia de Itamaracá possui uma representatividade muito forte diante de sua comunidade de origem. Essa representatividade não se restringe apenas à Ilha de Itamaracá (local onde a cirandeira iniciou seus trabalhos), mas, alcança a amplitude de todo o país, chegando seu trabalho a ser reconhecido inclusive no exterior.

É através da música, em especial da ciranda, que Lia de Itamaracá “dá voz” a sua comunidade, tornando-se um verdadeiro ícone para a mesma. Essas premissas identificadas acima tornam a cirandeira uma verdadeira ativista midiática.

O ativista midiático é um agente transformador que pode ser conservador ou progressista, que necessita de algumas formas de organizações formais ou informais para operar as disseminações de suas idéias nas redes de comunicação cotidianas, na mídia, nas instituições sociais (família, religiões, artes, sindicatos, partidos políticos, escolas), assim como de meios como a sedução, a cooptação, o suborno, a coerção, a agitação cultural e outras não convencionais (SHINAR, 1999, p.37).

Portanto, o ativista midiático é aquele capaz de fazer a “ponte” entre a comunidade a qual pertence e à mídia, alcançando assim a projeção desejada, tanto pra si quanto para sua comunidade.

Ainda sobre a compreensão de ativismo midiático tem-se que

o ativista é depositário da confiança do seu grupo de convivência, é armazenador de estoque do capital social e cultural, ambos articulados ou desarticulados conforme as relações com outros grupos e sociedade (TRIGUEIRO, 2008, p. 55).

Essa capacidade que o ativista tem de servir como interlocutor só é possível graças à credibilidade, confiança e reconhecimento dentro do seu próprio meio social.

Em se tratando de Lia de Itamaracá, ela exerce o ativismo midiático utilizando-se da cultura popular. Sua ciranda e sua expressividade cultural a torna uma ativista folkmediática.

O ativista folkmediático faz a mediação entre a sua comunidade e os meios de comunicação. Para este estudo o processo de mediação proporcionado através de Lia de Itamaracá foi analisado sob a perspectiva da mediação das ritualidades.

A mediação das ritualidades remete-nos ao nexo simbólico que sustenta toda comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 19).

A fim de tornar o entendimento mais didático, todas as mediações foram analisadas separadamente, para que por fim, seja construído um panorama geral de como se comporta a mídia e as apropriações do patrimônio vivo pernambucano (em particular Lia de Itamaracá) no contexto do ativismo folkmediático.

Neste primeiro momento enfatizou-se a análise de como Lia de Itamaracá, através da sua representatividade consegue se inserir nas pautas do Jornal do Comércio.

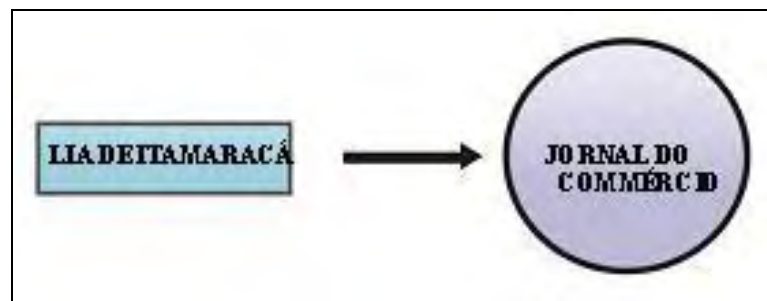


Figura 3: Esquema mediação Lia – Jornal do Comércio
Fonte da autora

No período de janeiro de 2005 a dezembro de 2008 Lia de Itamaracá foi abordada como sendo Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco 08 (oito) vezes. Das oito matérias publicadas três delas falavam a respeito do título de Patrimônio Vivo,

citando Lia como uma das agraciadas com o título, demais matérias tinham como foco o trabalho da cirandeira.

É interessante ressaltar que as matérias que falam do trabalho de Lia, de um modo geral são de caráter meramente informativo, anunciando dias e horários das apresentações artísticas.

Apenas na matéria “Lia aumenta a roda da ciranda”, publicada em 13 de junho de 2008, existe uma fala da própria artista. O parágrafo no qual está inserido a fala da artista na matéria supracitada está transcrito a seguir:

Patrimônio Vivo da cultura pernambucana, com constantes turnês pelo Brasil e exterior, aos 64 anos Lia continua morando na Ilha de Itamaracá, e anima roda de ciranda num espaço cultural Estrela de Lia. “Agora neste tempo chuvoso não dá muita gente, mas no verão é muito bom”, comenta Lia, que já consegue viver de sua música, mas continua trabalhando como merendeira numa escola pública em Itamaracá: “faltam três anos para a minha aposentadoria”, explica a prudente cirandeira.

No excerto acima verifica-se que Lia aproveita o espaço midiático tanto para expor a sazonalidade de seu trabalho, que é mais favorável no período de verão, quanto também para falar a respeito da sua situação de ter que conciliar suas atividades artísticas com a sua vida profissional como merendeira.

Dentre as várias músicas de Lia, se destaca “Essa ciranda quem me deu foi Lia que mora na Ilha de Itamaracá”, que é citada nas matérias: “Hoje é dia de ciranda na praia”, publicada em 07 de janeiro de 2006 e em “Lia aumenta a roda da ciranda”, publicada em 13 de junho de 2008.

A partir das matérias estudadas pode-se constatar que Lia exerce seu ativismo midiático através da sua música. Nos jornais, em particular no Jornal do Comércio, a cirandeira enquanto Patrimônio Vivo ocupa espaços por conta de suas agendas de shows.

Lia de Itamaracá utiliza-se da mídia para divulgar seu trabalho, por sua vez, a mídia apropria-se desse trabalho, transformando-o em um acontecimento midiático. Deste modo, o ativismo midiático, assim como o processo comunicacional não pode ser compreendido isoladamente, é preciso analisar toda a conjuntura no qual esses processos se inserem. A seguir, segue o diagrama que representa essa apropriação do

Jornal do Comércio para com o trabalho de Lia de Itamaracá, considerando que a cirandeira também apropria-se deste espaço midiático.

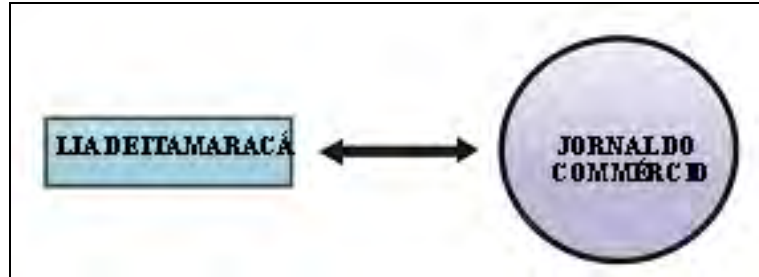


Figura 4: Esquema mediação Lia – Jornal do Comércio - Lia
Fonte da autora

O Jornal do Comércio apropria-se da cultura popular, através da divulgação do trabalho de Lia de Itamaracá. É importante verificar que, mesmo Lia sendo pauta de muitas matérias do jornal em estudo, a cirandeira não possui muito espaço para ela mesma falar do seu trabalho.

As matérias são de caráter bem informativo, não trazendo muitos espaços para opiniões e posicionamentos, nem por parte de Lia, nem por parte de especialistas ou críticos.

Assim, comprova-se o que pressupõe-se a respeito da atuação do ativista midiático que possui função bivalente “tanto interpretando os conteúdos midiáticos para o consumo dos cidadãos do seu entorno quanto agendando os conteúdos folkcomunicaçãois no fluxo contínuo das indústrias culturais” (MELO, 2008, p. 65)

Para compreender como Lia de Itamaracá exerce seu ativismo na mídia, não se pode resumir o processo comunicativo apenas ao que está representado na figura (4). É preciso analisar mais elementos, procurando analisar também o contexto onde esse ativismo se processa.

O próximo item a ser analisado é o Governo do Estado, enquanto mais uma das instâncias mediadoras do processo do ativismo midiático exercido por Lia de Itamaracá.

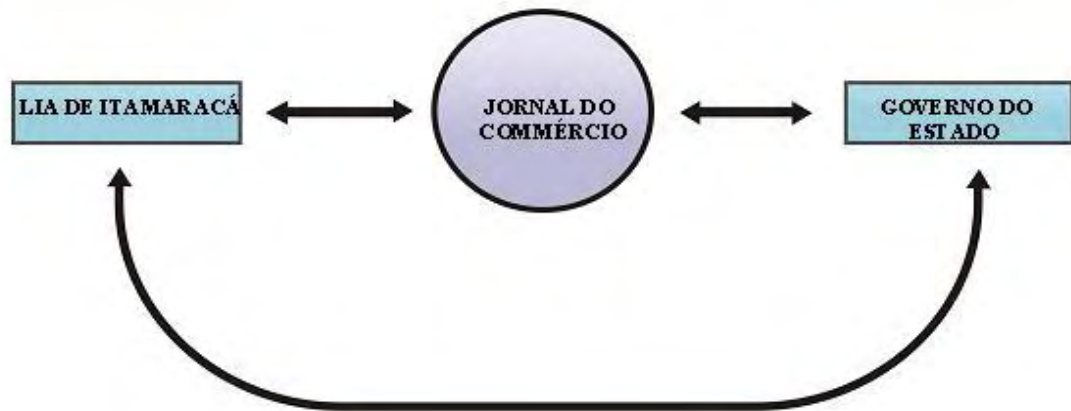


Figura 5: Esquema mediação Lia – Jornal do Comércio – Governo do Estado
Fonte da autora

O Governo do Estado, assim como Lia de Itamaracá, tanto apropria-se da mídia (nesse caso em particular do Jornal do Comércio) quanto a mídia apropria-se dos conteúdos gerados pelo Estado. O foco deste estudo é o ativismo midiático de Lia de Itamaracá no Jornal do Comércio, então, para fins de análise o Governo do Estado foi inserido nesse contexto como sendo mais uma das mediações existentes na relação Lia – Mídia.

Lia de Itamaracá é reconhecida pela mídia como Patrimônio Vivo graças ao título dado pelo Governo do Estado. O Governo do Estado além do título concede uma bolsa auxílio vitalícia que ajuda a manter a cirandeira. Para continuar recebendo esta ajuda do Estado, Lia precisa continuar suas atividades artísticas e tem que se comprometer a repassar seus conhecimentos artísticos populares para que as novas gerações possam dar continuidade a seu trabalho.

O Jornal do Comércio divulga em suas páginas essa relação entre o Estado e os Patrimônios Vivos, através de matérias que falam sobre a importância deste título,

tanto para o Estado de Pernambuco, quanto para os artistas beneficiados. Exemplo disso é o trecho da matéria “Pensão Vitalícia a patrimônio vivo”:

Artistas muitas vezes não têm emprego ou jamais tiveram carteira assinada. Pressionados pela informalidade inerente à atividade, alguns mantêm empregos em áreas distintas, para garantir o sustento e poder realizar obras artísticas, quando não desistem simplesmente de seguir com a arte. Dificuldades financeiras são mais facilmente contornadas por artistas de classe média e alta, mas o mesmo nem sempre acontece com artistas populares, que não contam com suportes externos. Nesse contexto, é mais que bem-vinda a Lei do Registro do Patrimônio Vivo de Pernambuco, que se dedicam comprovadamente ao ofício. (publicado em 31/12/2005)

O Estado de Pernambuco, no contexto do Patrimônio Vivo projeta-se na mídia mostrando que está trabalhando em prol da preservação da cultura popular pernambucana, e também com o bem estar dos mestres da cultura popular.

Fechando o ciclo das mediações a serem consideradas nesta análise, foi analisada a sociedade e suas relações com o Estado, Lia de Itamaracá e o Jornal do Comércio, conforme mostra a figura a seguir:

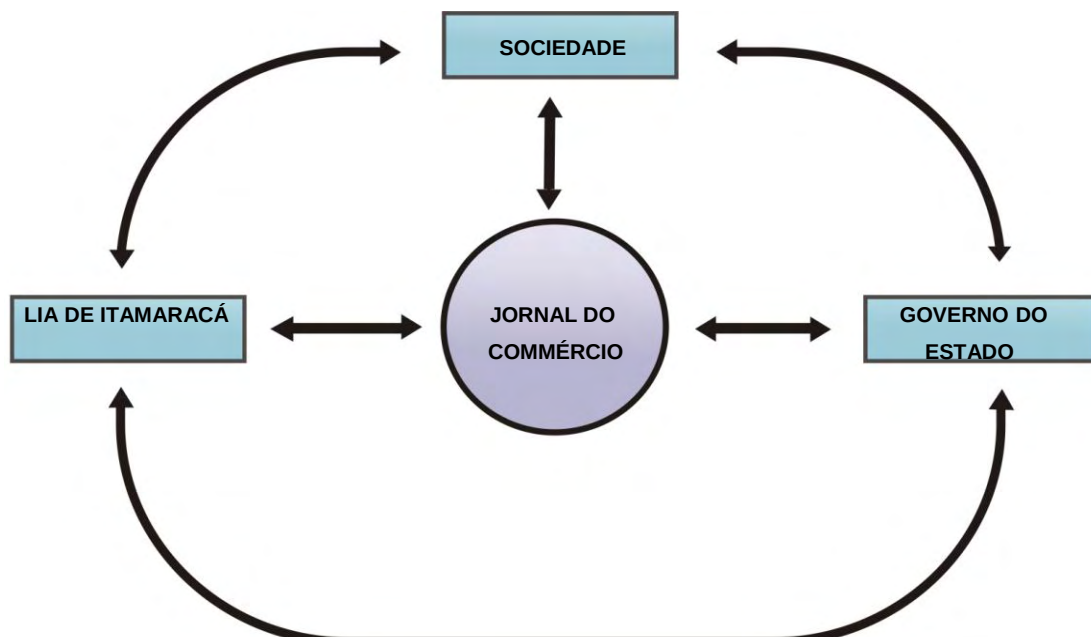


Figura 4: Ciclo das mediações de Lia
Fonte da autora

Diferente dos outros itens já analisados, a sociedade não é apenas um sujeito nas relações de mediação. A sociedade é também o contexto onde se desenvolvem as mediações consideradas neste estudo.

Os hábitos, costumes e a cultura local corroboram para delinear as mediações. O contexto social onde se desenvolve as mediações estudadas é o Estado de Pernambuco, localizado no Nordeste do Brasil. A região Nordeste é caracterizada pela nordestinidade, que é um conjunto de fatores que juntos competem para formar a identidade e a imagem do povo e do território nordestino.

Devido à formação histórica e exploratória da região, geralmente vincula-se ao nordeste a imagem da seca, da pobreza e do subdesenvolvimento, por outro lado temos também os aspectos da religiosidade e das festividades profanas bastante conhecidas e divulgadas, como é o caso das missas, procissões, carnaval e as festas do ciclo junino.

Além dos festejos e da religiosidade citada, Pernambuco também é bastante conhecido por conta do seu litoral. A ciranda de Lia de Itamaracá surge justamente nesse cenário de praia.

Como já foi posto, o ativismo midiático contribui também para trazer melhorias para a comunidade local. Através da mídia, Lia de Itamaracá consegue expor as necessidades de sua comunidade.

O texto abaixo foi retirado da matéria “Lia aumenta a roda da ciranda”, publicado no dia 13 de junho de 2008:

Patrimônio Vivo da cultura pernambucana, com constantes turnês pelo Brasil e exterior, aos 64 anos Lia continua morando na Ilha de Itamaracá, e anima rodas de ciranda num espaço cultural Estrela de Lia. “Agora nesse tempo chuvoso não dá muita gente, mas no verão é muito bom”, comenta Lia, que já consegue viver da sua música, mas continua trabalhando como merendeira numa escola pública em Itamaracá: “Faltam três anos para minha aposentadoria”, explica a prudente cirandeira.

A relação entre a ciranda de Lia e a Ilha de Itamaracá vai além da relação produtor e local de produção. A comunidade local se reconhece através das músicas e das danças e, por sua vez, a cirandeira, apesar de ser reconhecida mundialmente e já

ter conhecido diversos estados e países diferentes, continua vivendo no seu lugar de origem.

A cultura popular tem sua essência principalmente na oralidade e na transmissão de conhecimentos de geração a geração. Esse é um dos aspectos que fazem com que os artistas e as produções se difundam, mas, mantenham-se com uma forte ligação com o seu local de origem.

Nas matérias analisadas percebeu-se que a sociedade, bem como a comunidade onde Lia está inserida não costuma ser abordada explicitamente nas matérias. O que ocorre nas matérias é apenas uma menção a Itamaracá como o local de origem da cirandeira, não aprofundando aspectos culturais, nem cotidianos das comunidades locais.

Por outro lado, as matérias são produzidas para a sociedade, então, as informações sobre Lia de Itamaracá, sobre a Lei de Patrimônio Vivo e sobre as ações do Governo do Estado na cultura popular, são repassadas através dessa relação mediada proporcionada pela mídia, nesse caso o Jornal do Commercio.

Considerações sobre o estudo de Lia de Itamaracá

Como foi exposto nesse estudo preliminar a Lia de Itamaracá, Patrimônio Vivo de Pernambuco tornou-se ícone da cultura popular devido a diversos fatores, dentre eles os que apontamos, ou seja, devido ao reconhecimento do Estado e também ao reconhecimento e a projeção midiática.

Suas formas de apresentação e representações foram se moldando ao longo do tempo para que sua ciranda deixasse de ser meramente popular local para se tornar um produto massivo, podendo ser apresentado nas mais diversas localidades, absorvendo elementos advindos da cultura de massa e também da indústria cultural.

A partir dessas primeiras impressões levantadas nesse estudo é necessário continuar o aprofundamento a respeito das mediações entre a mídia, o Estado, a cultura popular e a sociedade, levando em consideração que a mídia é responsável por

difundir informações, idéias e crenças a partir do seu poder de alcance. As representações e as apresentações midiáticas também contribuem como já apontou Martín-Barbero (2008), nos seus estudos de mediação, para a construção e para o entendimento do social. Não se pode colocar uma fronteira entre os meios e a cultura, visto que essas instâncias são perpassadas pelos processos sociais e pelas mediações. Os meios de comunicação utilizam-se dos fatos cotidianos e corriqueiros e em contrapartida, a sociedade também faz uso dos meios na tentativa de conseguir atenção para seus problemas, tentando inseri-los na mídia oficial, além disso, a sociedade alimenta esse sistema fazendo uso dos conteúdos midiáticos em seu cotidiano.

Os ativistas midiáticos e, porque não dizer os agentes transformativos buscam possibilitar

as combinações de esforços formulativos e paradigmas radicados a fim de atingir as massas e mobilizar o apoio às transformações, através da disseminação de idéias e símbolos por canais formais e informais, estabelecidos ou improvisados (SHINAR, 1999, p. 37)

Deste modo, verificou-se que os meios de comunicação servem como mediadores das relações sociais cotidianas e as mediações modificam o dia a dia dos artistas populares.

5 Mestre Salustiano, um Patrimônio ainda Vivo

Manoel Salustiano Soares, o mestre Salu, nasceu em 12 de novembro de 1945, no município de Aliança, que fica situado na zona da mata norte do Estado de Pernambuco. Sua inclinação artística vem desde a infância quando brincava de cavalo-marinho, coco, ciranda, maracatu, dentre outros folguedos populares, nos engenhos do município onde vivia.

Aos 20 anos mudou-se para Olinda e começou a tocar rabeca profissionalmente. Mestre Salustiano aprendeu a tocar e fazer rabeca com seu pai, João Salustiano. Casou-se diversas vezes e teve 15 filhos de nove mulheres.

Mestre Salustiano recebeu o título de doutor *honoris causa* da UFPE, participou de comerciais de TV, percorreu todos os Estados brasileiros e países como Bolívia, Cuba, França e Estados Unidos.

Além de ter sido agraciado com o título de Patrimônio Vivo do Estado de Pernambuco, o artista recebeu, em 1990 o título de “reconhecido saber” pelo Conselho Estadual de Cultura e o título de Comendador da Ordem do Mérito Cultural, em 2001, conferido pelo presidente da época, Fernando Henrique Cardoso.

No decorrer das pesquisas realizadas para a elaboração deste trabalho, mestre Salustiano faleceu em decorrência de uma parada cardíaca proveniente da doença de Chagas, que enfrentou por 20 anos.

Mestre Salu faleceu aos 62 anos, no Pronto-Socorro Cardiológico de Pernambuco (Procape), no dia 31 de agosto de 2008.

Além de grande notoriedade no âmbito cultural, mestre Salustiano possuía grande espaço nos meios de comunicação. Como já foi apresentado anteriormente (Quadro 1: resumo do objeto de estudo, p.37-42), mestre Salu, dentre os Patrimônios Vivos estudados, foi o que mais teve espaço no portal de notícias pe360graus.

O pe360graus é um portal de notícias vinculado a Rede Globo Nordeste, que é uma filial da Rede Globo Nacional. Instantaneidade e atualidade são duas das principais características proporcionadas pelos portais de notícias. Diferentes dos

habituais jornais, os portais possuem a capacidade de transmitir a notícia praticamente em tempo real.

O quadro abaixo apresenta as datas e os títulos das matérias veiculadas sobre Mestre Salustiano.

Quadro 7: Datas e títulos das matérias veiculadas sobre Mestre Salustiano

Portal pe360graus	
Data de publicação	Título da matéria
04/01/2005	Mestre Salustiano e Dona Santa serão os homenageados do Carnaval do Recife
08/03/2005	Mestre Salustiano e João Sabiá dividem palco no próximo domingo
19/05/2005	Mestre Salustiano faz show para 600 mães do bolsa-escola
09/11/2006	Casa da Rabeca traz programação especial no aniversário de Mestre Salu
19/02/2007	Marcelo D2, Mombojó e Mestre Salu se apresentam na Várzea
20/04/2007	Mestre Salu faz show na Casa da Rabeca nesta sexta
20/04/2007	Mestre Salustiano lança CD nesta sexta na Bodega do Véio
11/09/2008	Mestre Salu recebe alta da UTI e é transferido para a enfermagem
12/08/2008	Mestre Salu recebe alta do hospital e se recupera em casa da cirurgia
27/08/2008	Mestre Salu volta a ser internado por problemas cardíacos, mas passa bem

Portal pe360graus	
Data de publicação	Título da matéria
31/08/2008	Cultura mais triste: Mestre Salu não resiste e morre neste domingo
31/08/2008	Enterro do Mestre Salustiano acontece às 14h, nesta segunda-feira
01/09/2008	Cortejo popular vai acompanhar caixão de mestre Salustiano
01/09/2008	Legado de Mestre Salu é lembrado por personalidades no velório do rabequeiro
01/09/2008	Mestre Salustiano deixa legado cultural inestimável
06/09/2008	Homenagens marcam uma semana da morte do Mestre Salustiano
29/09/2008	Sala Mestre Salustiano é inaugurada no Museu do Mamulengo, em Olinda
08/10/2008	Prêmio Salustiano de Turismo é lançado para imprensa, estudantes e municípios
24/12/2008	Encontro de Cavalo Marinho na Casa da Rabeca é opção gratuita para natal
26/12/2008	Casa da Rabeca realiza encontro de cavalos marinhos

Fonte da autora

Esse estudo exploratório tem por objetivo entender de que modo Mestre Salustiano exerce seu ativismo utilizando-se do espaço que lhe foi cedido pelo portal pe360graus. Para compreender esse ativismo recorreu-se ao estudo das mediações, onde foi levado em consideração o trabalho do rabequeiro mestre Salu, a cibercultura, o papel do governo de Pernambuco no reconhecimento do Patrimônio Vivo e as representações midiáticas.

A partir das matérias acima citadas, foram selecionadas apenas matérias que falavam em Mestre Salustiano e o caracterizava como Patrimônio Vivo de Pernambuco, portanto, das 20 matérias publicadas no pe360graus, nos 5 anos pesquisados. Em apenas uma matéria Mestre Salustiano é abordado como sendo Patrimônio Vivo de Pernambuco.

No dia 24 de abril de 2007, o portal pe360graus publicou a matéria “Mestre Salustiano lança CD nesta sexta na Bodega do Veio”, o tema desta matéria é o lançamento do CD de mestre Salu e, nesta matéria é repassada uma pequena biografia do mestre.

Personalidade – Pai de quinze filhos, o Mestre Salú mantém a tradição de repassar aos filhos a essência da arte, os ensinamentos recebidos do seu pai, o rabequeiro João Salustiano. Ainda menino começou a brincar de Maracatu e Cavalo Marinho, e hoje é considerado “Doutor e Patrimônio Vivo da Cultura Popular de Pernambuco” e recebeu em Brasília a comenda do Mérito Cultural Brasileiro. (trecho retirado da matéria Mestre Salustiano lança CD nesta sexta na Bodega do Veio, publicada em 24/04/2007, no portal pe360graus).

Como apresentado no trecho acima, o título de Patrimônio Vivo é citado apenas como mais um título que o mestre possui. Nas demais matérias estudadas não houve nenhuma menção ao título de Patrimônio Vivo. Foi observado que as incidências das matérias no pe360graus aumentaram a partir da morte do mestre Salu, por este motivo, mesmo não estando explicitado o título de Patrimônio Vivo, optou-se por analisar as matérias publicadas após a morte do mestre Salustiano.

Quadro 8: Matérias para análise sobre mestre Salustiano

Data de publicação	Título da matéria
31/08/2008	Cultura mais triste: Mestre Salu não resiste e morre neste domingo
31/08/2008	Enterro do Mestre Salustiano acontece às 14h, nesta segunda-feira
01/09/2008	Cortejo popular vai acompanhar caixão de mestre Salustiano

Data de publicação	Título da matéria
01/09/2008	Legado de Mestre Salu é lembrado por personalidades no velório do rabequeiro
01/09/2008	Mestre Salustiano deixa legado cultural inestimável
06/09/2008	Homenagens marcam uma semana da morte do Mestre Salustiano
29/09/2008	Sala Mestre Salustiano é inaugurada no Museu do Mamulengo, em Olinda
08/10/2008	Prêmio Salustiano de Turismo é lançado para imprensa, estudantes e municípios
24/12/2008	Encontro de Cavalo Marinho na Casa da Rabeca é opção gratuita para natal
26/12/2008	Casa da Rabeca realiza encontro de cavalos marinhos

Fonte da autora

O ativismo folkmediático desenvolvido por mestre Salustiano deixou um grande legado, mesmo após a sua morte. Essa é a justificativa para estudar as mediações existentes entre o mestre Salu, o portal pe360graus, o Estado e a Sociedade.

Na figura 6 pode ser visualizado o esquema para a compreensão das mediações que serão estudadas a respeito do mestre Salustiano.

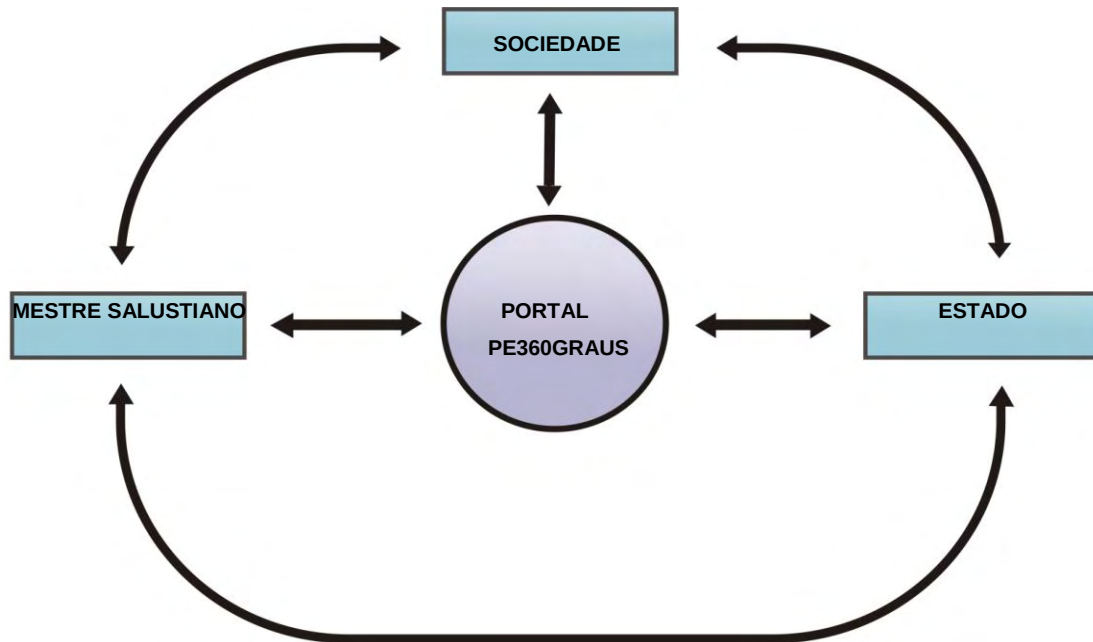


Figura 6: Esquema das mediações para o estudo de mestre Salustiano
Fonte da autora

Mestre Salustiano, a partir dos seus trabalhos culturais, mesmo após a sua morte, continua ocupando espaço na mídia, em particular no portal do pe360graus, deste modo, seu legado passa a estar inserido na mídia. O Governo do Estado de Pernambuco, responsável legal pela preservação da cultura popular também é um elemento presente nas mediações existentes entre Mestre Salustiano, o Portal pe360graus e a sociedade.

Após a definição do material a ser analisado, foram identificadas as mediações existentes. O quadro a seguir apresenta os aspectos identificados:

Quadro 9: Identificação das mediações nas matérias de mestre Salustiano

Título da Matéria / Data	MEDIações			
	Mestre Salustiano	Sociedade	Estado	Pe360graus
Cultura mais triste: Mestre Salustiano não resiste e morre neste domingo 31/08/2008	É bordado como referência para a cultura popular do Estado. Aborda seu legado cultural e sua trajetória de vida.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	Faz um levantamento sobre a vida e os trabalhos de mestre Salustiano, aborda sua biografia e informa seu falecimento.
Enterro de Mestre Salustiano acontece às 14h, nesta segunda-feira 31/08/2008	É bordado como referência para a cultura popular do Estado. Aborda seu legado cultural e sua trajetória de vida.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	Faz um levantamento sobre a vida e os trabalhos de mestre Salustiano, aborda sua biografia e informa sobre seu sepultamento.
Cortejo popular vai acompanhar caixão de mestre Salustiano 01/09/2008	É bordado como referência para a cultura popular do Estado. Aborda seu legado cultural e sua trajetória de vida.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado	Fala sobre o cortejo popular que acompanhará o enterro do mestre Salustiano. Faz um levantamento sobre a vida e os trabalhos de mestre Salustiano, aborda sua biografia e fala sobre seu sepultamento.

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Mestre Salustiano	Sociedade	Estado	Pe360graus
Legado de Mestre Salu é lembrado por personalidades no velório do rabequeiro 01/09/2008	Seu trabalho e sua vida é lembrado por diversos artistas, familiares e políticos.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria há uma citação do Governador Eduardo Campos lamentando a morte do artista.	Traz o pronunciamento de algumas personalidades que se pronunciaram a respeito do falecimento do artista. Aborda ainda a biografia do artista.
Mestre Salustiano deixa legado cultural inestimável 01/09/2008	Esta matéria tem o corpo de texto igual ao da anterior, mudando apenas o título, portanto, os dados apresentados acima servem também para esta matéria.			
Homenagens marcam uma semana da morte do Mestre Salustiano 06/09/2008	É retratado como referência para diversos artistas populares e ainda fala um pouco da sua biografia e seus trabalhos na área da cultura popular.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	Trata das homenagens prestadas ao mestre Salustiano e informa sobre a missa que será realizada em sua memória.

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Mestre Salustiano	Sociedade	Estado	Pe360graus
Sala Mestre Salustiano é inaugurada no Museu do Mamulengo, em Olinda 29/09/2008	Mestre Salustiano é homenageado com uma sala que leva seu nome. A sala fica no Museu do Mamulengo, em Olinda, e além de ter o nome do rabequeiro, possui um acervo de 20 peças que foram doadas pelo artista, em julho de 2007.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	O portal informa sobre a inauguração da sala no museu.
Prêmio Salustiano de Turismo é lançado para imprensa, estudantes de municípios 08/10/2008	Prêmio Salustiano de Turismo é uma homenagem póstuma ao mestre Salu.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	A sede da Secretaria de Turismo do Estado foi o local onde aconteceu o lançamento deste Prêmio. Este Prêmio é oferecido através do Conselho Estadual de Turismo.	Fala sobre o lançamento do Prêmio e repassa informações a respeito das inscrições.

MEDIações				
Título da Matéria / Data	Mestre Salustiano	Sociedade	Estado	Pe360graus
Encontro de Cavalo Marinho na Casa da Rabeca é opção gratuita para Natal 24/12/2008	Mestre Salustiano, antes de falecer pediu para que os festejos natalinos na Casa da Rabeca fosse ampliado do dia 25 ao dia 27 de dezembro.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	O portal informa sobre o Encontro de Cavalo Marinho e divulga a programação.
Casa da Rabeca realiza encontro de cavalos marinhos 26/12/2008	O mestre Salustiano é lembrado como fundador da Casa da Rabeca e como orientador para a continuidade e preservação desses folguedos.	É identificado que a cultura popular perdeu um grande ícone. A sociedade é identificada através das manifestações populares descritas.	Nesta matéria não há nenhuma menção ou referência às ações do Estado.	Faz a cobertura do encontro de cavalos marinhos que aconteceu na Casa da Rabeca.

Fonte da autora

Conforme já foi apresentado no capítulo anterior, o ativista folkmediático é aquele ator social, que através da cultura popular atua nas redes sociais, atraindo atenção para si e para sua comunidade original. Mestre Salustiano, ao longo de sua vida, dedicou-se as manifestações populares como o caso do maracatu, do cavalo marinho, dentre outras.

Embora esteja morto, a figura de mestre Salustiano ainda possui grande força de expressividade no ativismo folkmediático, o que tem contribuído para a manutenção do seu legado cultural.

A figura 7 demonstra que as mediações existentes entre a memória do mestre Salustiano e a mídia, em particular, o portal pe360graus.

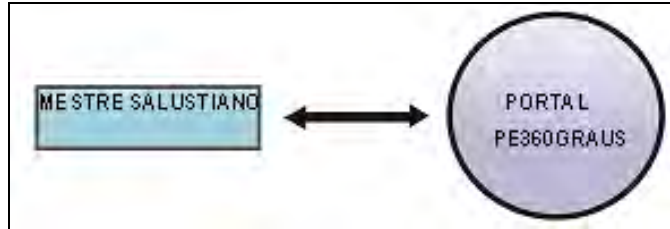


Figura 6: Mediações entre Mestre Salustiano e o pe360graus
 Fonte da autora

O portal pe360graus dedicou diversos espaços em suas pautas para falar a respeito dos trabalhos culturais de mestre Salustiano. Nas matérias que foram publicadas após a morte do rabequeiro sempre reforçou-se a importância do seu legado cultural. Segue alguns trechos retirados das matérias analisadas que confirmam o pressuposto de que, mesmo tendo falecido, mestre Salustiano continua a ser um ativista folkmediático.

Mestre Salu foi um dos grandes responsáveis pela preservação da ciranda, do pastoril, do coco, do maracatu, do caboclinho, do mamulengo, do forró, do improviso da viola e de outros folguedos populares do folclore nordestino. (trecho da matéria: Cultura popular mais triste: Mestre Salu não resiste e morre neste domingo, publicada em 31/08/2008).

O rabequeiro pernambucano, natural do município de Aliança, na Zona da Mata, ganhou o mundo e teve uma vida dedicada à cultura popular do estado. O trabalho de Mestre Salustiano se tornou referência para outros artistas da música brasileira, como Chico Science e Antônio Carlos Nóbrega. (trecho da matéria: Homenagens marcam uma semana da morte do Mestre Salustiano, publicada em 06/09/2010).

Essa forte atuação do mestre Salustiano em prol da cultura popular sempre é reforçada nas matérias. Seu trabalho era bastante reconhecido e continua sendo lembrado. Os conhecimentos e a vivência adquirida pelos filhos e netos de Mestre Salustiano dão continuidade a este trabalho.

Prova desta continuidade é a manutenção e a projeção que tem a Casa da Rabeca, que foi um espaço idealizado e construído por mestre Salu, para servir de local para encontros e apresentações artísticas.

Após a morte deste mestre, o legado cultural continua a ser repassado às gerações através de seus filhos e netos.

Sendo assim, a mídia apropria-se dos trabalhos de Mestre Salustiano a fim de mostrar a sua importância para o contexto social e, por outro lado, Mestre Salustiano apropria-se da mídia para divulgar e continuar disseminando seus trabalhos através do portal pe360graus.

Além dessas apropriações da mídia para com mestre Salustiano e vice-versa há ainda as mediações existentes entre mestre Salustiano, pe360graus e o Estado.



Figura 7: Mediações entre Mestre Salustiano, pe360graus e Estado
Fonte da autora

Nas matérias analisadas, explicitamente, não houve menções ao Governo do Estado, com relação às iniciativas para a preservação do legado deixado por Mestre Salustiano. Além dos itens já apresentados (mestre Salustiano, pe360graus e Estado), ainda há a sociedade, que interfere diretamente nas mediações existentes.

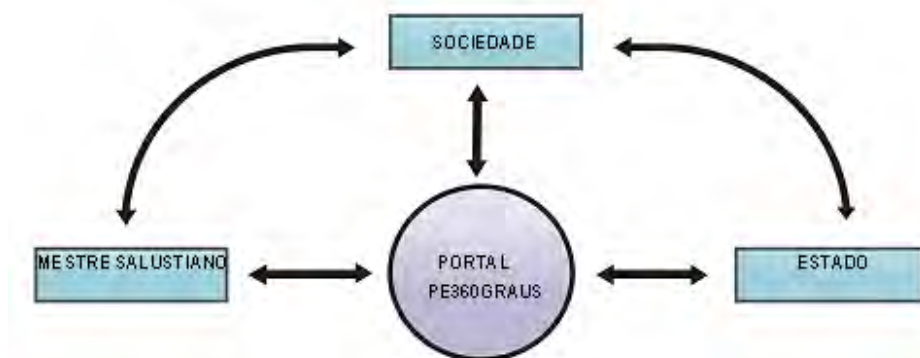


Figura 7: Mediações entre Mestre Salustiano, pe360graus, Estado e Sociedade
Fonte da autora

No material analisado, a sociedade é caracterizada através das manifestações populares divulgadas e preservadas pelo Mestre Salustiano. Através do ativismo folkmediático, mestre Salu expunha a cultura popular rural para o âmbito midiático.

A manutenção dessas manifestações culturais corroboram para manter as tradições folclóricas de Pernambuco. Em diversas matérias analisadas o portal pe360graus expõe a importância social da manutenção desses costumes tão preservados por mestre Salustiano.

Os trechos abaixo foram retirados da matéria “Legado do Mestre Salu é lembrado por personalidades no velório do rabequeiro”, publicada em 01 de setembro de 2008:

“O mais importante é o legado que ele deixou para todos nós”, disse Leda Alves, presidente da Companhia Editora de Pernambuco, visivelmente emocionada. “Ele sempre será lembrado na cultura do povo pernambucano”, afirmou o governador Eduardo Campos. (...) “Todos nós temos um pedaço dele, de tudo o que ele ensinou. Outros mestres também aprenderam com ele, que tinham o prazer de ensinar. E para nós também, nossa diversão era aprender sobre cultura popular nordestina, o maracatu, o cavalo marinho, a ciranda... Isso tudo foi a vida dele”, afirmou Maciel Salu, um dos filhos do Mestre. (...) “A orfandade vai ser muito grande para o pessoal do maracatu, do cavalo-marinho, dos amigos que viviam e trabalhavam com ele”, declarou com Terezinha do Acordeon.

Dos exemplos acima apresentados, concluiu-se que a mídia apropria-se de discursos de personalidades reconhecidas pela sociedade, a fim de consolidar as informações que pretende repassar a respeito da importância dos trabalhos de mestre Salustiano.

Em todos os discursos apresentados fica explícita a importância do mestre Salustiano para a cultura popular pernambucana, por isso existe a necessidade da preservação. Sendo assim, confirma-se que o ativismo de mestre Salustiano ainda é muito forte e presente nas matérias do pe360graus.

Considerações sobre o estudo de Mestre Salustiano

No período escolhido para as pesquisas sobre os patrimônios vivos de pernambuco, o rabequeiro Mestre Salustiano veio a falecer, entretanto, pela relevância da sua atuação enquanto ativista midiático, optou-se por não excluí-lo do corpus a ser analisado.

Nas análises sobre o mestre Salustiano não foi possível incluir trechos de entrevistas com o artista, por isso, foi feita apenas uma análise baseada nas matérias veiculadas no portal pe360graus.

O ativismo folkmediático é baseado principalmente na premissa de que o ativista serve como mediador das relações da sua comunidade de origem para com os meios de comunicação.

Devido a forte atuação em prol da cultura popular, Mestre Salustiano conquistou um amplo espaço na mídia, o que propiciou que sua morte fosse mote para diversas pautas na mídia pernambucana, em particular, no portal pe360graus.

A mídia ajuda a reforçar a imagem que foi construída a respeito do mestre Salustiano. Pelo menos quatro, das vinte matérias veiculadas pelo pe360graus, falavam sobre homenagens póstumas que seriam prestadas. As homenagens vão desde e missas, programas especiais, nome de Premiações e salas.

Esses fatores vem confirmar a importância do ativismo para a comunidade local. Atualmente filhos e netos do rabequeiro dão continuidade ao trabalho do mestre. O maracatu, a ciranda e o cavalo-marinho sempre têm espaço para se apresentarem na Casa da Rabeca.

6 Considerações finais

A Lei de Patrimônio Vivo de Pernambuco surgiu com o objetivo de preservar as manifestações populares do estado de Pernambuco, através de um auxílio a pessoas físicas e jurídicas que atuam em prol da cultura do Estado.

Os doze primeiros Patrimônios Vivos de Pernambuco foram estudados neste trabalho e, constatou-se que todos possuem espaço na mídia, tanto no meio impresso estudado (Jornal do Comércio), quanto do meio digital (Portal pe360graus).

Apesar de ser uma forma de incentivo a manutenção das tradições culturais, constatou-se que o título de Patrimônio Vivo não é um pré-requisito para a inserção desses artistas no contexto midiático.

Mesmo com a relevância deste título de Patrimônio Vivo a mídia não vem dado muita ênfase a isto nas matérias que são publicadas. De um modo geral, o título de Patrimônio Vivo só está inserido nas matérias no momento em que está se divulgando o período de inscrição para o título.

Ao falar desses artistas populares a mídia também não costuma abordar as ações do Governo do Estado no âmbito da preservação da cultura popular. Esse fator possivelmente ocorre porque não é dada tanta visibilidade ao título de Patrimônio Vivo no contexto midiático.

Constata-se que os próprios Patrimônios Vivos, através de seu trabalho e de sua representatividade social, vem buscando espaço na mídia, conseguindo assim, visibilidade para suas ações.

O jornalismo possui um papel fundamental na difusão dos trabalhos dos artistas populares. A mídia é capaz de propiciar a difusão de bens culturais e, para isso, apropria-se do conteúdo popular

O próprio jornalismo se abastece continuamente nas 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 (MELO, 2008, p. 24).

Essa apropriação da mídia para com a cultura popular é denominada de folkmídia e, cabe aos ativistas midiáticos à conquista deste espaço midiático.

Lia de Itamaracá e Mestre Salustiano foram escolhidos para serem estudados mais profundamente devido ao grande número de matérias que possuem na mídia. É interessante ressaltar que esses dois Patrimônios Vivos tem atuação na área da música e da dança.

Com relação às matérias sobre Lia de Itamaracá, a maior parte delas falava sobre as suas agenda de apresentações. Mesmo as matérias que tinham o intuito de divulgar os shows, sempre fazia-se uma menção ao trabalho que já é desenvolvido pela cirandeira. O Espaço Cultural Estrela de Lia, que foi idealizado pela cantora, também transformou-se em referência para as manifestações populares que se desenvolve no entorno da comunidade de Jaguaribe, local onde a cantora vive.

Em se tratando de Mestre Salustiano, devido ao seu falecimento no período pesquisado, observou-se que a mídia vinha acompanhando e divulgando todo o desenvolvimento de sua doença. As internações do mestre, os tratamentos, as recaídas e, por fim, o seu falecimento tiveram total cobertura pela mídia.

Ainda sobre mestre Salustiano percebe-se que em todas as matérias divulgadas após a sua morte é exposta a necessidade e a importância de se dar continuidade ao trabalho que era realizado pelo mestre.

Este trabalho não conseguiu esgotar o entendimento das mediações existentes entre o ativista midiático e a mídia, entretanto, esse material serve para oferecer um conhecimento sobre a complexidade das mediações. O presente estudo serve para compreender que o estudo das mídias tem sua complexidade e que não se pode compreender a mídia dissociando-a do contexto social.

Referências

ANDRADE, Emanuel. **A Dama do Barro**. Petrolina-PE: Editora Franciscana, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do Mundo: para uma teoria da cidadania**. SP: Loyola, 2005

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

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

_____. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **A teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão**. In.: Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos. / Cristina Schmidt (Org.). São Paulo: Ductor, 2006.

_____. **Folkcomunicação no contexto da massa**. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2000.

BREGUÊZ, Sebastião Geraldo. **Os estudos de folkcomunicação hoje no Brasil**. Revista Internacional de Folkcomunicação – nº1, p.105-110, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/revistafolkcom/Revista.pdf>. Acesso em: 24 de jan. 2007.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede:** filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora: FGV, 2007. CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

DOWNING, John D. H.. **Mídia Radical:** rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. **Estudo de Caso.** In.: Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação./ Jorge Duarte, Antônio Barros (Org.). 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 215-235.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade.** São Paulo: Unesp, 1991. HALL, Stuart. *A identidade cultural na Pós-Modernidade*. Trad. Tomáz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2006.

_____. **Da Diáspora** – identidades e mediações culturais. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo, SIMÕES, Sílvia Helena, RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela:** mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum:** introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. **Elogio da Razão Sensível.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. **A Conquista do Presente.** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2008.

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

_____. **Folkcomunicação**, contribuição brasileira à teoria da comunicação. Revista Internacional de Folkcomunicação – nº1, p.28-40, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/revistafolkcom/Revista.pdf>. Acesso em: 24 de jan. 2007.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PELEGRI, Sandra C. A., FUNARI, Pedro Paulo A. **O que é patrimônio cultural imaterial**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

SHINAR, Dov. **Estratégia para o estudo da comunicação nas mudanças sociais e na transformação de identidades coletivas**. In: QUEIROZ, Adolpho (org.). Comunicação e Mudanças Sociais. Piracicaba: INTERCOM, 1999. P. 29-51.

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

THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum: Estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Folkcomunicação & Ativismo midiático**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008.

_____. **Globalização e Identidade Cultural**. <<http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-globalizacao-identidade.html>> Acesso em 10 de nov. de 2006.

_____. **A Folkcomunicação e as múltiplas (inter)mediações culturais da audiência da televisão**. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-folkcomunicacao.pdf>. Acesso em 02 de setembro de 2007.

Sites:

<http://www.fundaj.gov.br/>

<http://www.jconline.com.br/>

<http://pe360graus.globo.com/>
<http://www.fundarpe.pe.gov.br/>
<http://www.casadarabeca.com.br/>