



## **Pioneirismo e Atualidade da Obra de Luiz Beltrão: Uma Teoria Sobre o Significado da Comunicação na Legitimação Social<sup>1</sup>**

Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha (Coordenador)<sup>2</sup>  
Profa. MS Andréa Moreira Gonçalves de Albuquerque<sup>3</sup>  
Profa. MS Ana Maria da Conceição Veloso<sup>4</sup>  
Profa. MS Roberta Cajaseiras de Carvalho<sup>5</sup>

Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP

### **Resumo**

Esta Mesa Redonda propõe-se a discutir o significado da comunicação no processo de construção de sentidos e identidades, portanto, de legitimação da vida social, tendo como ponto de partida as categorias de inclusão e/ou exclusão social evidenciadas na obra de Luiz Beltrão, para destacar a importância da comunicação como um fator imprescindível do processo civilizatório. Para isto, apresentará propostas de análise do discurso radiojornalístico pernambucano; de pesquisa-ação sobre a violência simbólica na recepção televisiva na comunidade de Santa Terezinha, no Recife; de avaliação da atuação das rádios comunitárias no Cabo de Santo Agostinho (Grande Recife); e a presença das manifestações culturais populares na publicidade do turismo de Pernambuco.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Folkcomunicação; Jornalismo; Publicidade; Turismo.

### **Proposta da Mesa**

#### **1 Introdução**

Hoje, é bastante evidente na leitura da obra de Luiz Beltrão que a censura e o subsequente silêncio que a atingiram a partir do período ditatorial (apesar de incansável trabalho de pesquisadores como José Marques de Melo, Roberto Benjamin e outros) não

---

<sup>1</sup> Mesa apresentada no Multicom – II Colóquios Multitemáticos em Comunicação, baseada no projeto de pesquisa “Pioneirismo e Atualidade da obra de Luiz Beltrão: Uma Teoria Sobre o Significado da Comunicação na Legitimação Social”, de autoria de Heitor Costa Lima da Rocha.

<sup>2</sup> Heitor Costa Lima da Rocha é Graduado em Jornalismo pela UNICAP (1983), Mestre em Ciência Política (1990) e Doutor em Sociologia (2004) pela Universidade Federal de Pernambuco. Ensinou na Escola Superior de Relações Públicas (ESURP) de 1989 a 1998. Hoje, está vinculado à Universidade Católica de Pernambuco, onde ensina desde 1998. ([Heitor@nlink.com.br](mailto:Heitor@nlink.com.br); [heitor@unicap.br](mailto:heitor@unicap.br))

<sup>3</sup> Andréa Moreira Gonçalves de Albuquerque é Graduada em Jornalismo pela UNICAP (1984) e Mestra em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (2004), professora auxiliar concursada da Universidade Federal da Paraíba (colocar os anos) e professora substituta da Universidade Federal de Pernambuco (anos). Atualmente é professora da Universidade Católica de Pernambuco (200?). ([ama@hotlink.com.br](mailto:ama@hotlink.com.br))

<sup>4</sup> Ana Maria da Conceição Veloso é Graduada em Jornalismo pela UNICAP (1994), Mestra em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (2005) e professora da UNICAP desde 2006. ([anamveloso@terra.com.br](mailto:anamveloso@terra.com.br))

<sup>5</sup> Roberta Cajaseiras de Carvalho é Graduada em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco (2002), Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (2005) e Coordenadora do curso de Turismo da Universidade Católica de Pernambuco (desde fevereiro de 2006). ([robertac@unicap.br](mailto:robertac@unicap.br))



foram gratuitos, acidentais. Assim como, não se pode deixar de reconhecer que o seu interesse pela folkcomunicação não é, graciosamente, o de mero museólogo, pretendendo perpetuar as formas com que as massas rurais e urbanas marginalizadas tentam romper a discriminação imposta pela grande mídia convencional. Portanto, faz-se necessário registrar o esforço do cientista fundador do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco em contribuir, com a sua reflexão crítica, para superação das barreiras que isolam as maiorias sociais através de uma “comunicação sistematicamente distorcida”, promovendo anomia, esvaziamento progressivo do sentido da vida social e, conseqüentemente, reprodução crescente dos potenciais de conflito e violência.

Vale observar que, embora produzida há mais de 40 anos, sua obra antecipa grande parte das concepções teóricas mais modernas, inclusive sendo substancialmente coerente com um novo paradigma científico, conforme a Teoria da Ação Comunicativa de Habermas (1987; 1997) e as reflexões epistemológicas e metodológicas de Boaventura de Souza Santos (1989), entre outros teóricos conceituados na atualidade. Embora baseando-se em pressupostos marxistas através das análises de Edison Carneiro (1965), Beltrão teve a premunção visionária de antecipar em mais de uma década a ênfase que Habermas vai conceder à comunicação no esforço de elaborar um novo paradigma científico capaz de oferecer respostas aos desafios colocados pela modernidade tardia: “Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea” (BELTRÃO, 2001, p. 53).

Portanto, desde a década de sessenta do século passado, Luiz Beltrão denuncia a distorção sistemática da comunicação como operação ideológica e adverte as forças progressistas (“elites desenvolvimentistas” – o nacionalismo desenvolvimentista bastante expressivo naquela época) sobre a necessidade de adequar o seu discurso ao universo cultural e imaginário das massas marginalizadas urbanas e rurais – ao acervo de conhecimentos compartilhado intersubjetivamente pela maioria da sociedade. Para isto, faz uma descrição pormenorizada das manifestações culturais populares e de sua capacidade de resistência à identidade cultural hegemônica/global disseminada pela mídia - de forma bastante coerente com as reflexões de Stuart Hall (2000; 2003) e outros autores dos Estudos Culturais Ingleses, ou de Manuel Castells (2002), por exemplo -, bem como sobre o papel do Jornalismo e das outras habilitações da Comunicação Social (Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, inclusive com



aplicação também no campo do turismo), como mecanismos de orientação da ação dos agentes sociais, na reprodução ou mudança da estrutura social.

Este projeto, assim, propõe-se a pesquisar o papel da comunicação na sociedade brasileira e pernambucana, a partir das concepções teóricas de Luiz Beltrão estabelecendo um diálogo, ou seja, contrastando-as, com as teorias científicas mais recentes.

## **2 Crítica e cidadania em radiojornais pernambucanos: por Heitor Costa Lima da Rocha**

### **2.1 Resumo**

A proposta de análise da produção do discurso radiojornalístico pernambucano (especialmente das emissoras AM Rádio Jornal do Commercio, Rádio Clube de Pernambuco e Rádio CBN) tem o intuito de identificar o nível de racionalização pública sobre o exercício do poder político e social pretendido pela política editorial do veículo, distinguindo tendências à preservação da realidade social e/ou à mudança social de acordo com a forma de representar simbolicamente as questões de interesse público: se monológica e autoritariamente, através de versão única embasada em pretensões de força; ou dialógica e pluralisticamente, com a descrição detalhada das pretensões de validade contidas nos argumentos das diversas posições existente nos temas noticiados.

### **2.2 Caracterização e justificativa**

O reconhecimento por Luiz Beltrão (2001, p. 57-59) da existência de uma dicotomia ética e cultural entre as elites intelectuais e dirigentes e a massa rural e urbana marginalizada, que funciona como fator de inviabilização do diálogo imprescindível a uma verdadeira legitimação social, implica na sua observação sobre a necessidade de uma comunicação adequada a cada um dos segmentos da sociedade, com técnica distinta que contemple os diferentes estágios de desenvolvimento econômico e cultural. Nesta busca por uma linguagem comum para que o jornalismo cumpra a sua missão de unificação da sociedade através de um consenso legitimamente construído, o pesquisador pernambucano chegou a destacar, na década de 60 do século passado, o rádio como “o mais poderoso, o mais eficaz, o único veículo realmente dotado de universidade e instantaneidade com que conta a humanidade” (BELTRÃO, 1997, p. 143). Assim, salienta que o rádio integrou-se na vida penetrando por si mesmo o domicílio de cada família como “uma presença invisível, mas audível e atuante na existência de cada indivíduo em particular” (BELTRÃO, 1997, p. 146). Portanto, seguindo estas características distinguidas pelo fundador do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco, este projeto pretende pesquisar como o



discurso do radiojornalismo pernambucano posiciona-se na construção de sentidos e identidades com respeito à reprodução da ordem institucional estabelecida (mantendo, obviamente, excluídas as massas rurais e urbanas marginalizadas) ou, ao contrário, contribuindo para a transformação social ao questionar o discurso ideológico hegemônico.

Desta maneira, concebendo o jornalismo como setor da mídia onde são tratadas mais apropriadamente as questões de interesse coletivo, geral e público, o que lhe reveste de um caráter central e estratégico na maneira como os sujeitos fundamentam suas ações e assumem suas identidades individuais e coletivas, pode-se perceber que a instituição jornalística representa, por um lado, a possibilidade do sistema político funcionar democraticamente dentro do estado de direito, ao garantir aos representados uma fiscalização efetiva sobre a ação e/ou omissão dos seus representantes, ao cobrar destes responsabilidade quanto aos problemas existentes; mas, por outro, também se constitui em instrumento de manipulação da estrutura de poder sobre a consciência e inconsciência do público, representando uma extraordinária indução ao conformismo e à alienação.

Assim, este projeto de pesquisa acredita poder aprofundar a compreensão sobre estas duas tendências existentes no discurso jornalístico, através da avaliação das maneiras como se apresentam ou deixam de se apresentar fundamentações de sentido na representação simbólica que a mídia faz da realidade, da análise das fontes prestigiadas nas notícias e dos espaços ocupados pela estrutura de poder e por sua periferia. Os dados coletados dos radiojornais pernambucanos oferecerão a possibilidade de comparar a realidade da mídia noticiosa radiofônica pernambucana com a retratada por teóricos da Teoria da Notícia, como Gaye Tuchman (1999, p. 87) e Noam Chomsky e Edward Herman (2003, p. 63), nos Estados Unidos, Norman Fairclough (2001, p. 202) e Stuart Hall e outros (1999, p. 228), na Inglaterra, e Habermas (1997, p. 113), na Alemanha, quanto à tendência que se evidencia majoritária no discurso jornalístico de se alinhar com os interesses da estrutura de poder vigente, e, conseqüentemente, de se tornar um obstáculo ao questionamento da ordem existente e à sua transformação.

### **2.3 Objetivos e metas**

Objetivo geral: contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre o papel da comunicação no processo de construção de sentidos e identidades e, conseqüentemente, de legitimação social, a partir dos pressupostos teóricos de Luiz



Beltrão, fundador do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, identificando como o discurso dos diversos radiojornais pernambucanos presume e se posiciona quanto ao nível de racionalização existente na esfera pública. Objetivos específicos: catalogar as notícias políticas dos radiojornais escolhidos de acordo com as categorias de facticidade (coação de pressões externas), que se evidencia como pretensão de força; e validade, cuja pretensão é o reconhecimento consensual racionalmente motivado, ou seja, concordância determinada exclusivamente pela lógica do melhor argumento; verificar nas matérias jornalísticas a distribuição das fontes jornalísticas (tipos de atores sociais citados), a frequência e o tipo de acesso ao espaço da mídia noticiosa que dispõem; quantificar o espaço concedido na cobertura política ao Governo (representantes do partido ou coalizão governista no Executivo e no Legislativo) e à Oposição (representantes do partido ou coalizão oposicionista); mapear a forma como os profissionais fundamentam teoricamente suas decisões editoriais no tocante à forma de apresentar as notícias (monológica ou dialógica) e de justificar os posicionamentos (facticidade ou validade); avaliar se os editores consideram necessário ampliar a representatividade dos seus produtos com a inclusão de novos atores sociais no cenário da política, ou se acham suficiente restringir-se às autoridades da estrutura de poder; registrar como os jornalistas julgam adequado dividir nas matérias o espaço entre as forças políticas governistas e oposicionistas.

Metas: traçar um panorama geral do radiojornalismo pernambucano, descrevendo como esta mídia noticiosa pressupõe o nível de crítica e cidadania de seu público, a partir da forma como elabora a sua representação simbólica da realidade política do Estado e do País; ou seja, mensurar como estes periódicos concebem o grau de racionalização, a capacidade de crítica e exercício de cidadania da sociedade estadual.

#### **2.4 Metodologias e estratégia de ação**

O *corpus* da pesquisa será constituído, na parte quantitativa, com as matérias da cobertura política dos radiojornais estaduais da Rádio Clube de Pernambuco, Rádio Jornal do Commercio e CBN, veiculadas nas edições de terça, quarta, quinta, sexta e sábado dos meses de setembro e outubro de 2007 e 2008, e março e abril de 2008 e 2009. A segunda feira não foi contemplada por se tratar de uma edição que repercute os eventos políticos do domingo, quando não há atividade regular e sistemática. A edição do domingo, por sua vez, repete as notícias veiculadas durante a semana.



As matérias, exclusivamente as das editorias de política, serão anotadas em fichas de registro que classificarão os tipos de fontes que figuram nas notícias e a forma de acesso ao espaço midiático, ou seja, habitual/preferencial, direto e disruptivo (aquele que precisa quebrar a rotina para inserir-se na pauta jornalística), conforme Harvey Molotch e Marilyn Lester (1999, p. 44-46). A distribuição dos espaços entre o Governo (representantes do Poder Executivo e dos partidos situacionistas) e a Oposição (representantes dos partidos oposicionistas) também será mensurada para se ter uma idéia do grau de independência do jornalismo em relação ao poder do Estado. Nesta parte quantitativa, as variáveis serão tabuladas e processadas através do programa *Statistic Package for Social Sciences – SPSS*, seguindo o procedimento metodológico de análise de fatores e componentes principais para construção de um instrumento de avaliação do nível de racionalização presumido pela produção radiojornalística sobre o exercício de cidadania do público.

A parte qualitativa se dará com a realização de entrevistas gravadas com os editores de política dos jornais pernambucanos nos meses de outubro e novembro de 2008 e nos meses de fevereiro e março de 2009.

Os resultados obtidos serão contrastados com os trabalhos realizados em países do Primeiro Mundo (Estados Unidos e Inglaterra, principalmente) por estudiosos da Teoria da Notícia de grande reputação internacional, como Gaye Tuchman, Norman Fairclough, Teun van Dijk, e Stuart Hall, todos acusando, mesmo que de diferentes maneiras (se de forma consciente e voluntária ou latente e involuntária), a vinculação do discurso jornalístico à estrutura de poder.

### **3 Pesquisa-Ação sobre a violência simbólica midiática e as teorias de Luiz Beltrão:**

**por Andréa Moreira Gonçalves de Albuquerque**

#### **3.1 Resumo**

A pesquisa proposta visa contribuir para uma ação cultural comunitária no combate à violência simbólica praticada pela mídia, a partir das teorias do comunicólogo e pioneiro pernambucano Luiz Beltrão, fundador do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco. Para estudar o fenômeno, também lançaremos mão da metodologia da pesquisa-ação, construída por Michel Thiollent, que prevê uma interação entre pesquisadores e pessoas implicadas na situação investigada, da qual resulta a ordem dos problemas a serem pesquisados e das soluções a serem encaminhadas sob forma de ação concreta. As teorias da área de comunicação aplicáveis às situações entram em cena por intermédio dos pesquisadores em seminários realizados com os demais participantes da pesquisa, pertencentes à comunidade.



### 3.2 Justificativa

A violência faz parte do cotidiano das comunidades periféricas do Grande Recife, como a Ilha de Santa Terezinha. E não apenas aquela, mais evidente, que ocupa diuturnamente um grande espaço na mídia. Há também um tipo de violência - simbólica - que vitima especialmente a população de baixa renda. São conceitos e estereótipos, freqüentemente transmitidos pelos meios de comunicação social (em especial, a televisão), que acabam abalando a imagem, a identidade e a auto-estima da própria comunidade.

Há indícios evidentes de que a comunidade da Ilha de Santa Terezinha tem a sua auto-estima e a sua identidade atingidas pela violência simbólica ao ponto dos seus moradores terem vergonha de suas origens. Em contato com adultos, jovens e crianças, percebe-se eles freqüentemente negam sua procedência porque entendem que a opinião pública – fortemente influenciada pela mídia - os vê de modo negativo e os estigmatiza. Ao introjetar esses estigmas, os moradores da Ilha acabam negando também os seus valores positivos e as suas possibilidades de afirmação enquanto comunidade, salvaguardando sua dignidade de cidadãos.

Este projeto propõe a realização de uma pesquisa-ação junto à comunidade da Ilha de Santa Teresinha, em Santo Amaro, na Cidade do Recife, do Grande Recife, enfocando a cultura popular como fator de combate à violência simbólica, a partir das concepções teóricas de Luiz Beltrão, em diálogo com teorias científicas da comunicação mais recentes.

Luiz Beltrão incitava a pesquisa sobre “aquilo que crê o homem marginalizado da sociedade urbana e rural, surpreendendo o processo mediante o qual essas populações se informam e cristalizam as suas opiniões para uma ação próxima ou remota” (BELTRÃO, 1974, p. 37). Para este desbravador nos estudos brasileiros da comunicação “é nosso dever prescrutar os horizontes, recolher e analisar os dados, a fim de levarmos ao povo a nossa mensagem, ajudando-o a expressar a sua opinião e manifestar os seus anseios de libertação material e espiritual” (BELTRÃO, 1974, p. 40).

Assim, Beltrão identificou nas lideranças populares como os formadores de opinião mais eficazes posto que conhecem o mundo, isto é, recebem e decodificam as mensagens dos meios, interpretam-nas de acordo com os padrões de conduta dos seus liderados, julgam-nas e, com grande habilidade, empregam outros meios para transmiti-las, adequadas ao interesse coletivo e em linguagens de domínio e compreensão geral, aos seus iguais (BELTRÃO, 1974, p. 37).

### 3.3 Objetivos geral e específicos

Objetivo geral: contribuir para o enfrentamento da violência simbólica praticada pela televisão, a partir de uma ação comunitária libertadora, na Ilha de Santa Terezinha, em Santo Amaro, Zona Norte do Recife. Objetivos específicos: coleta e sistematização das impressões que a comunidade da Ilha de Santa Terezinha faz de si mesma no contexto da cidade; sistematização e análise de uma amostragem de produtos televisivos que promovem a violência simbólica contra a comunidade; planejamento e promoção de ações de enfrentamento da violência simbólica praticada pela televisão junto à comunidade.

### 3.4 Metodologia

A proposta da pesquisa é conjugar procedimentos de Análise de Discurso e da Pesquisa-Ação e tomará como base, as teorias desenvolvidas pelo fundador do Curso de Jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco, Luiz Beltrão, cuja Cátedra foi lançada, no ano passado. Nos vários momentos de discussão, faremos referência a essas teorias que preconizam a urgência de se valorizar o *savoir faire* comunicação do povo, extraíndo-lhes as lições e, no diálogo entre cientistas e comunicadores populares, ampliar o patrimônio dessa área de saber.

Essa indicação geral pode levar a inúmeros caminhos na pesquisa social aplicada, entre eles, a metodologia da Pesquisa Ação, cuja característica principal reverbera o imperativo da libertação preconizado por Luiz Beltrão. Isso considerando que a pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com uma resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da ação estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1998, p. 14).

A título de estratégia, prevêm-se os seguintes passos metodológicos: (a) na “fase exploratória”, descobre-se o campo de pesquisa, os interessados e suas expectativas e estabelece-se um primeiro levantamento (ou diagnóstico) da situação, dos problemas prioritários e das eventuais ações; (b) O tema da pesquisa é, então, designado, a partir do problema prático e da área de conhecimento a serem abordados, bem como seus desdobramentos, como resultante de um intenso processo de discussão entre os pesquisadores e participantes da pesquisa; (c) O problema é colocado, delimitando-se a situação inicial e delineando-se a situação final, em função de critérios



de desejabilidade e factibilidade, identificando-se todos os problemas a serem resolvidos para permitir a passagem da situação inicial para a final, planejando-se as ações, executando-se e avaliando-se as ações correspondentes.

As teorias da comunicação entram em cena, por meio dos pesquisadores que farão o esforço de adaptar os elementos teóricos ao nível dos participantes que não dispõem de uma formação acadêmica. A técnica principal para a introdução da teoria é a realização de seminários nos quais além de definir o tema e equacionar os problemas para os quais a pesquisa foi solicitada, constituem-se os grupos de estudos e equipes de pesquisa, coordenam-se suas atividades, centralizam-se as informações provenientes das diversas fontes e grupos, elaboram-se as interpretações, buscam-se soluções, definem-se diretrizes de ação, acompanham-se e avaliam-se as ações e divulgam-se os resultados pelos canais apropriados.

#### **4 Um estudo qualitativo acerca do papel social das rádios comunitárias no Cabo de Santo Agostinho (PE): por Ana Maria da Conceição Veloso**

##### **4.1 Resumo**

As rádios comunitárias despontam no cenário brasileiro da comunicação como emissoras de baixa potência, mas com grande capacidade de agregar e conquistar audiência pela proximidade com os ouvintes das localidades onde estão inseridas. Neste contexto, o município do Cabo de Santo Agostinho ganha destaque pelo número de emissoras atuantes na cidade: são mais de 10 rádios comunitárias “no ar”. A existência dessas rádios e sua dinâmica de funcionamento apresentam questões interessantes para a investigação científica, como a conquista das concessões, o controle administrativo e o papel exercido junto aos movimentos sociais e quanto à democratização da comunicação.

##### **4.2 Caracterização e justificativa**

O Cabo de Santo Agostinho possui uma média de 152 mil habitantes e está localizado na Região Metropolitana do Recife. Com grau de urbanização superior a 80% e cerca de 60% de seu território ocupado por plantações de cana de açúcar, a cidade tem um forte setor industrial e de serviços, com indústrias e empresas que se instalam no entorno do Porto de Suape – principal porta de entrada de produtos no Estado e na zona urbana. Também merece destaque a orla marítima e as bacias pluviais da cidade, com cerca de 27 mil pessoas vivendo da pesca.

Apesar da cultura popular no município ser rica, com manifestações de maracatu, ciranda, coco, teatro, música (rock, hip-hop e etc) e dança, a cidade não dispõe de muitas opções de cultura e lazer como cinema e tem apenas um teatro. Há



poucas centrais de acesso a novas tecnologias e telecentros comunitários e esse quadro se agrava quando não identificamos, por parte do poder público, iniciativas que indiquem a implementação de uma política de comunicação, nem de cultura para a cidade.

O município também se destaca pela proliferação de divulgadoras comunitárias, onde há jovens e líderes comunitários engajados na programação e operação técnica. No entanto, empiricamente, notamos uma distorção no papel destes meios de comunicação: muitos deles não estão diretamente ligados a organizações comunitárias, nem associações de bairro e seguem funcionando como similares às emissoras FM's, sem a politização da divulgação das informações, nem a discussão do papel social que têm, apelando para a veiculação de músicas que atentam contra os direitos humanos principalmente das mulheres negras.

Essa realidade, também é reproduzida nas duas únicas rádios comunitárias em FM legalizadas da cidade, que, contrariando a legislação vigente, atuam sem conselho de programação, o que limita a participação da própria comunidade na gestão da emissora e na definição dos conteúdos e da sua linha editorial. Além disso, a direção de algumas emissoras (cerca de 15, no município, entre divulgadoras e as que atuam em FM, legalizadas ou não) está nas mãos de radialistas que sobrevivem do que arrecadam pela rádio. Neste contexto, são frequentes as ligações com partidos políticos, parlamentares e segmentos religiosos poderosos que observam, nestas emissoras, a possibilidade de uma aliança estratégica para chegar ao poder ou arrebanhar fiéis. Uma observação inicial desta realidade nos indica que tais segmentos se valem da frágil sustentabilidade das comunitárias para “patrocinar” programas e “apoiar culturalmente” toda a grade de programação. Tudo isso em troca de espaço para propagar sua ideologia. No entanto, tais práticas adotadas por algumas rádios comunitárias não estão isentas de questionamentos. Há uma pressão de organizações sociais locais, como o Centro das Mulheres do Cabo, para que os dirigentes das emissoras dialoguem com as comunidades sobre a apropriação social dessa produção e compartilhem seu gerenciamento. Os projetos Jovens Comunicadores e Rádio Mulher, desenvolvidos pela ONG, são exemplos de estratégias de incentivo ao debate sobre o papel social das rádios comunitárias na cidade. A ação comunicativa dos projetos se aproxima do entendimento de Beltrão ao visualizar que “comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea” (BELTRÃO, 2001, p. 53-259).



Com base neste cenário onde estão imersos diversos sujeitos coletivos e o acesso à informação pelas comunidades vem sendo mediado pelas emissoras de bairro, a proposta do projeto é investigar as contradições existentes nesse processo, de modo a colaborar com a construção de conhecimentos científicos acerca da qualidade da participação e intervenção da sociedade (movimentos populares) na definição da linha editorial e gestão dessas emissoras.

### **4.3 Objetivos e metas**

Objetivo geral: contribuir para o aprofundamento do conhecimento científico sobre o papel social desempenhado pelas rádios e difusoras comunitárias do Cabo de Santo Agostinho e sua interlocução com os movimentos sociais da cidade. Objetivos específicos: (a) identificar quais e quantas são as emissoras comunitárias e divulgadoras em atuação regular no Cabo de Santo Agostinho, bem como seus processos de fundação, gerenciamento e organização (b) verificar qual o espaço ocupado pelos movimentos populares nessas emissoras; (c) avaliar se há e quais as formas de participação do público ouvinte que estão abertas ou dialogadas com as comunidades onde as emissoras atuam; (d) analisar como ocorrem e como se estabelecem as relações entre a direção das emissoras: partidos políticos, parlamentares e gestores públicos.

### **4.4 Metodologia e estratégia de ação**

As etapas metodológicas serão desenvolvidas de modo a cercar o objeto e, principalmente, compreender como se organizam as rádios comunitárias do Cabo de Santo Agostinho e até que ponto os conteúdos veiculados têm repercutido em transformações culturais e no apoio à mobilização social de líderes comunitários (as) locais, que são, ao mesmo tempo, fontes e receptoras (es) dos conteúdos apresentados. Outro aspecto que o estudo põe em relevo é a íntima relação entre a audiência dos programas e emissoras e a interlocução das causas levantadas pelas comunidades com a sociedade, o que poderá ser observado com base nos modos de apropriação e uso das mensagens veiculadas pelo público. Além disso, será necessário o estudo das relações de poder existentes dentro das emissoras: quem coordena, quem participa, como se dá a negociação dos espaços com os diversos segmentos da sociedade e como as rádios relacionam-se com partidos políticos, parlamentares e segmentos religiosos e sociais da cidade.



As etapas metodológicas do estudo são descritas a seguir: (1) Levantamento bibliográfico; (2) Mapeamento geográfico das emissoras comunitárias; (3) observação participante do cotidiano das rádios comunitárias (produção, reuniões de pauta, reuniões da direção); (4) realização de cinco encontros, cada um com cinco líderes comunitários (mulheres e homens) de áreas onde as emissoras estão sediadas para extrair relatos de situações cotidianas e, depois, relacioná-los com o discurso da direção das emissoras; (5) coleta de depoimentos de 10 representantes de movimentos sociais organizados da cidade, como sindicatos rurais, pastorais, integrantes de instâncias de controle social, conselhos de saúde e de direitos da localidade sobre a atuação das emissoras comunitárias na cidade e qual a visão desses sujeitos políticos acerca do papel social das mesmas.

Por fim, a pesquisa tem como horizonte a produção de conhecimentos capazes de fornecer subsídios para a análise qualitativa acerca do papel social desempenhado pelas rádios comunitárias do Cabo de Santo Agostinho. As análises qualitativas serão contextualizadas, sistematizadas e interpretados nos meses de fevereiro, março e abril de 2008 e 2009, contando, com a participação de alunos do Curso de Comunicação Social (habilitações de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco), através do Programa Institucional de Base de Iniciação Científica – PIBIC, em cooperação com pesquisadores (as) do Núcleo de Documentação dos Movimentos Sociais da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e das Faculdades Maurício de Nassau e Integrada do Recife.

## **5 A relação entre Turismo, Folclore e Comunicação: por Roberta Cajaseiras de Carvalho**

### **5.1 Resumo**

As ferramentas de comunicação são essenciais para o sucesso do Turismo, e a utilização desses recursos comunicacionais podem estimular beneficentemente ou pôr em risco o patrimônio de localidades, dependendo de sua prática adequada. O turismo também se apresenta como um fator estimulante à valorização das manifestações folclóricas, promovendo geração de renda local e revalorização do patrimônio cultural pelos moradores. Porém, essa relação entre turismo e folclore, como dito anteriormente, precisa ser mais discutida cientificamente, a partir da pioneira de Luiz Beltrão, para basear uma prática cada vez mais responsável e minimizadora de impactos negativos. A intenção é contribuir com a comunidade pernambucana no esforço de valorização das manifestações folclóricas ao longo do tempo, além do reconhecimento de sua importância para a configuração da efervescência cultural local constatada mundialmente.

### **5.2 Caracterização e justificativa**

O turismo, no seu segmento que foca a atração através do patrimônio cultural, busca ser cada vez mais original, transformando a experiência da visita em uma busca da autenticidade típica do homem moderno. Assim, o turismo cultural se relaciona com a cultura enquanto processo (autenticidade) e enquanto produto (operacionalização de uma oferta turística oferecida) (LIMA, 2003).

O turismo cultural, considerado o segmento que utiliza o patrimônio histórico-cultural como principal atrativo, vem sendo desenvolvido e aprimorado em várias regiões do mundo e do Brasil. Em muitas cidades, o aproveitamento deste patrimônio pelo turismo se torna mais uma alternativa de incremento à renda local, além de um veículo para a difusão de propostas conservacionistas do próprio patrimônio e um instrumento sócio-educativo para a comunidade local e visitantes.

Assim, a cultura passa a ganhar mais espaço, tanto nas ações práticas de planejamento turístico quanto nos trabalhos acadêmicos e pesquisas científicas. Em Pernambuco, o patrimônio cultural passa a ser mais apresentado na folheteria turística. Resta refletir se tal aproveitamento está sendo praticado de forma responsável.

A relação entre o turismo e o folclore (um dos componentes da cultura popular) é reconhecida a Carta do Folclore Brasileiro de 1995. O documento aponta que o turismo pode ser mais um divulgador do folclore, e até melhorar a qualidade de vida de seus atores. Mas destaca que tal aproveitamento deve resguardar as manifestações de pressões de interesse financeiro ou político.

Luiz Beltrão, fundador do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco e principal referência para a formação do conceito de *folkcomunicação*, demonstrou em suas pesquisas a preocupação em estimular a manutenção das formas como as massas marginalizadas tentam vencer a discriminação imposta pela mídia.

Segundo Beltrão, *folkcomunicação* é “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes de massa através dos agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore” (BELTRÃO *apud* LUCENA FILHO, 2003, p. 114).

Entre outras questões de pesquisa, Luiz Beltrão também procurou diagnosticar as causas da crescente distância entre o universo cultural das elites e das grandes massas (rurais e urbanas). Luiz Beltrão também descreveu detalhadamente as manifestações culturais populares de Pernambuco e sua capacidade de resistência à identidade globalizada.

O que o Turismo e a Folkcomunicação teriam em comum? Segundo Lucena Filho (2003, p. 113) o folkturismo e o folkmarketing “são leituras de uma nova abrangência da Folkcomunicação, onde a produção de mensagens, a recepção, a produção e a recepção de



efeitos formam a teia dessa área de estudo comunicacional”. O Folklorismo, ainda segundo Lucena Filho, atua como uma ferramenta comunicativa que se apropria de elementos da cultura local para construir sua identidade, utilizando estratégias de marketing.

### **5.3 Objetivos e metas**

Objetivo geral: elaborar um diagnóstico acerca da relação entre turismo e manifestações folclóricas no estado de Pernambuco. Objetivos específicos: (a) montar um banco de dados sobre a produção teórica que relaciona turismo, folclore e comunicação; (b) identificar o aproveitamento turístico potencial e real de manifestações folclóricas no estado de Pernambuco, preliminarmente na Região Metropolitana do Recife, Litoral e Zona da Mata do estado; (c) realizar pesquisa de opinião ou percepção sobre o conhecimento e a importância das manifestações folclóricas para as comunidades que o vivenciam e os visitantes; (d) investigar como as manifestações folclóricas estão sendo apresentadas pelo material de divulgação turística utilizados pelo Estado e pelo *trade* turístico; (e) apontar diretrizes para as gestões públicas e privadas locais atuarem de modo mais planejado e responsável quanto à divulgação das manifestações folclóricas em seus materiais promocionais.

### **5.4 Metodologia e estratégia de ação**

A fase inicial da pesquisa concentrará esforços nas pesquisas bibliográfica e documental, montando um banco de dados com livros, artigos, matérias, entre outros componentes que abordem a relação entre os temas turismo, folclore e comunicação. Em seguida, propõe-se a coleta de material promocional turístico do estado de Pernambuco, e a análise de conteúdo do mesmo, com base em referências de metodologia da pesquisa em Comunicação.

Também está prevista a aplicação de questionários (com perguntas abertas e fechadas) voltados aos atores das manifestações folclóricas e aos turistas, com dados tabulados e interpretados a fim de diagnosticar a percepção de praticantes e visitantes quanto à importância das manifestações folclóricas para o Estado. Para registrar informações dos principais envolvidos com manifestações folclóricas, propõe-se entrevistas gravadas e posteriormente transcritas, a fim de permitir a realização um número maior de perguntas abertas e mais flexibilidade durante o processo de coleta.

### **5.5 Resultados esperados**



Investigar como as manifestações folclóricas estão sendo apresentadas pelo material de divulgação turística utilizados pelo Estado e pelo *trade* turístico é essencial para que a Universidade possa orientar esses órgãos estatais nas suas estratégias comunicacionais, repassando a imagem e situação real das manifestações populares de Pernambuco quando na sua promoção a nível nacional e internacional. Esse diagnóstico é indispensável para o aporte de diretrizes para as gestões públicas e privadas locais atuarem de modo mais planejado e responsável quanto à divulgação das manifestações folclóricas em seus materiais promocionais.

### Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.

\_\_\_\_\_. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1980.

\_\_\_\_\_. **Teoria e prática do jornalismo**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional/Edições Omnia, 2006.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

\_\_\_\_\_. **Teoria de la acción comunicativa**. Madri: Grupo Santillana de Ediciones, 1987.

LIMA, C. Turismo cultural: que formação? In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A.(orgs). Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

LUCENA FILHO, S. Folkturismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A.(orgs). **Turismo na Pós-Modernidade: (des) inquietações**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

MELO, José Marques de (Org.). **Mídia e folclore** – O estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão. Maringá/São Bernardo do Campo, Faculdades Maringá/Cátedra Unesco, Umesp, 2001.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SCHMIDT, Cristina (Org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

STUART HALL. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Autores Associados, 1998.