



Bonecas Caiçaras Geram Renda e Contam História¹

Agnes de Sousa Arruda²

Universidade Paulista, São Paulo (SP)

RESUMO

Artesãs de Caraguatatuba, no Litoral Norte de São Paulo, confeccionam no projeto Farinha de Meia uma linha de bonecas de pano que retrata, com suas vestimentas e acessórios, o tradicional caiçara e sua família. O ofício lhes é passado de geração em geração e assim, folkcomunicação, as artesãs transmitem a realidade a qual pertencem para o seu grupo e às demais organizações sociais, já que hoje as bonecas são, inclusive, exportadas. Este trabalho trata de Cultura Popular e Folkcomunicação, baseado nas teorias de Bosi e Beltrão, atualizadas por Corniani. As artesãs também foram entrevistadas pelo método da Biografia Humana. O objetivo foi descobrir mais sobre a história desse povo e melhor retratá-lo, apresentando assim à comunidade acadêmica exemplo de folkcomunicação utilizado pelo grupo dos caiçaras de Caraguá.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Artesanato Caiçara; Caraguatatuba; Bonecas de Pano; Cultura Popular

INTRODUÇÃO SOBRE A FOLKCOMUNICAÇÃO

O sociólogo Luiz Beltrão foi pioneiro ao afirmar publicamente o potencial comunicativo dos indivíduos às margens da sociedade. Não só isso, ele apresentou uma série de objetos, além de manifestações folclóricas e culturais, que funcionam nitidamente como mídia, substituindo livros, jornais, revistas e meios eletrônicos, na hora de transmitir informações jornalísticas a um determinado grupo.

Corniani (2009) explica que em todo grupo social existe quem possui mais contato ou facilidade de manuseio com os meios de comunicação e, assim, conseguem retransmitir as informações aos seus pares segundo o paradigma *two steps flow of communications*. “Este paradigma, cuja autoria é atribuída a Lazarsfeld, vai contra os conceitos da teoria hipodérmica onde cada elemento do público é pessoal e diretamente ‘atingido’ pela mensagem” (CORNIANI, 2009).

Partindo desses estudos, Beltrão identifica o processo folkcomunicação, no qual uma fonte transmite uma mensagem através de um canal (os meios de comunicação de massa), chegando aos líderes de opinião, que por sua vez repassam a mensagem

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Comunicação da Universidade Paulista (UNIP). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo, pelas Faculdades Integradas Teresa D’Ávila (Fatea), email: agnes.arruda@gmail.com



recebida. Esses líderes de opinião são intitulados por Beltrão como líderes-comunicadores.

Em um processo comunicacional padrão (fonte-mensagem-canal-receptor) o fluxo pararia por aqui. Mas no processo folkcomunicacional, neste ponto inicia-se um novo ciclo no fluxo da mensagem. Os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um canal folk, chegando então ao que Beltrão intitulou de audiência Folk. (CORNIANI, 2009)

A audiência folk é formada por grupos que estão à margem da sociedade, ou seja, marginalizados. Para evitar problemas com nomenclaturas, definiu-se como marginal “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente”. (CORNIANI, 2009).

Sobre a audiência folk, é importante dizer que ela se subdivide em três grupos: os rurais marginalizados, os urbanos marginalizados e os culturalmente marginalizados. O primeiro deles caracteriza-se pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda. “Esses grupos são formados por indivíduos que recebem pequenos salários, em empregos ou subempregos que não exigem mão-de-obra especializada”. (CORNIANI, 2009). Ainda segundo o autor, eles se concentram em favelas e construções populares de baixo ou nenhum custo em áreas periféricas dos centros urbanos.

Corniani explica que os grupos urbanos marginalizados têm acesso limitado aos meios de comunicação de massa, principalmente devido a sua dificuldade em decodificar suas mensagens. Essa dificuldade surge pelo baixo nível educacional, pois grande parte das pessoas pertencentes a estes grupos não teve acesso a instituições de ensino;

Outro motivo que gera dificuldade na decodificação das mensagens dos meios de comunicação de massa é a incompatibilidade da realidade que estes meios passam com a realidade em que estas pessoas vivem, gerando desta forma uma interpretação própria, adequando-se à sua realidade e vivência. Realidade esta que está baseada em pobreza, violência, repressão, fome e preconceito. (CORNIANI, 2009)

Por fim, os culturalmente marginalizados são aqueles que:

(...) contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta à que está em vigência. É importante salientar que os grupos culturalmente marginalizados estão contidos dentro dos grupos marginais urbanos e rurais, sendo que um indivíduo que pertence



a um grupo culturalmente marginal, conseqüentemente estará dentro de um contexto rural ou urbano. (CORNIANI, 2009).

FOLKCOMUNICAÇÃO E CULTURA POPULAR

Na obra *Comunicação e Folclore* (1971) Beltrão fala sobre Cultura Popular e dedica capítulo exclusivo ao artesanato. A denominação serve, essencialmente, para o próprio trabalho manual ou produção de um artesão pertencente à cultura popular.

O artesanato é tradicionalmente a produção de caráter familiar, na qual o produtor (artesão) possui os meios de produção (sendo o proprietário da oficina e das ferramentas) e trabalha com a família em sua própria casa, realizando todas as etapas da produção, desde o preparo da matéria-prima, até o acabamento final; ou seja, não havendo divisão do trabalho ou especialização para a confecção de algum produto. Em algumas situações o artesão tem junto a si um ajudante ou aprendiz. (WIKIPÉDIA, 2009)

Ao afirmar que “nenhum grande artista plástico, cuja obra tenha atravessado os séculos, deixou de refletir as realidades, as angústias e os problemas da sua época e do seu meio”. (BELTRÃO, 1971, p. 138), Beltrão dá uma das principais características desse grupo. No entanto, o autor afirma que esses artistas têm suas mensagens entendidas apenas por alguns contemporâneos e estudiosos.

A grande maioria do povo brasileiro permanece alheia a essa interpretação, destinada às elites. É porque essa maioria popular tem os seus próprios veículos, os seus próprios artistas plásticos, os seus Aleijadinhos intuitivos, que modelam o barro e misturam as tintas para exprimir, através das suas obras singelas, os sentimentos do meio de que procedem. São os ceramistas e pintores populares, os bonequeiros de Goiana, em Pernambuco; o mestre Cândido, de Lobato, na Bahia; os ingênuos modeladores do município de São José, em Santa Catarina; ou da zona de criação do Rio Grande do Norte, que são exímios escultores de cavalos, cavaleiros e perdigueiros. (BELTRÃO, 1971, p. 139)

Pintores dos painéis de xangôs e pejis, criadores de fetiches, banheiras, abebês dos diversos santos africanos, como Iemanjá, que representa uma estrela dentro de um crescente, figuras de orixás que servem para os "despachos", os trabalhos são manifestações insofismáveis da opinião popular contra indivíduos ou situações. Como também o das bordadeiras, as "muiés rendêras" do Ceará e das margens das lagoas de Maceió, trabalhando as bandeiras dos cordões carnavalescos, com todos os seus símbolos, muitas vezes gritando protestos que as elites não conseguem aprender ou aos quais permanecem surdas, como os senhores de engenho permaneciam diante da crítica do bumba-meu-boi. (BELTRÃO, 1971, p. 140)



Por sua vez, Pires (2009) ao estudar o trabalho das figureiras de Taubaté, no Vale do Paraíba paulista, constatou que pelas manifestações folclóricas as “classes populares conseguem emitir suas mensagens que visam atingir uma grande audiência e valer-se de vários instrumentos de dispersão”. (PIRES, 2009)

Ainda segundo o autor, como o principal suporte de comunicação das classes populares está na oralidade, fazendo restrita a informação à região e ao grupo populacional ao qual pertencem, “estas se apropriam dos suportes e dos meios disponíveis conhecidos por esse grupo, muitas vezes fora da esfera da escrita” (PIRES, 2009), para garantir a permanência da cultura de seu povo, ou seja, a Cultura Popular.

Bosi (2007) afirma não ser tarefa simples a definição de Cultura Popular. "Depende da escolha de um ponto de vista e, em geral, implica tomada de posição". (BOSI, 2007, p. 77).

A autora recorre a Gramsci (1968), que formula a questão em termos de estruturas ideológicas da sociedade:

(...) ao lado da chamada cultura erudita transmitida na escola e sancionada pelas instituições, existe a cultura criada *pele povo*, que articula uma concepção de mundo e da vida em contraposição aos esquemas oficiais. Há, nesta última, é verdade, estratos fossilizados, conservadores, e até mesmo retrógrados, que refletem condições de vidas passadas, mas também há formas criadoras, progressistas, que contradizem a moral dos estratos dirigentes. (BOSI, 2007, p. 77-78).

Segundo ela, uma outra característica da cultura popular é a sua *reelaboração* constante. "Os temas se refazem, nem tudo é herdado. Só no museu o folclore está morto" (BOSI, 2007, p. 79).

Na cultura popular, a autora diz, novo e arcaico se entrelaçam.

Os elementos mais abstratos do folclore podem persistir através dos tempos e muito além da situação em que se formaram. Assim, na metrópole, suas formas de pensar e sentir continuam organizando sistemas de referência e quadros de percepção do mundo urbano. (BOSI, 2007, p. 79-80).

De volta ao trabalho das figureiras de Taubaté, Pires (2009) afirma ainda que “as manifestações folclóricas estão entre os muitos processos alternativos de comunicação das classes populares” (PIRES, 2009), que “apesar de não controlarem os meios de



comunicação de massa, são capazes de realizar uma comunicação em grande escala e, para isso, empregam os recursos disponíveis para se comunicarem” (PIRES, 2009).

Pois foi unindo estopa, taboa, tecidos e muita criatividade que as integrantes do projeto social Farinha de Meia, de Caraguatatuba (SP), encontraram seu meio de comunicação. Elas confeccionam uma linha de bonecas de pano (ver anexo 1) que retrata, com suas vestimentas e acessórios, a vida do tradicional caiçara e sua família.

Caraguá, como a cidade é carinhosamente chamada, está localizada no centro do Litoral Norte de São Paulo e é o mais jovem município da região. Sem muita preocupação, até o momento, em oficializar o registro histórico, folclórico e cultural de suas tradições, sua população nativa, também conhecida como caiçara, encontrou no artesanato a maneira manter viva a memória do povo.

As artesãs, que confeccionam as bonecas desde criança, como forma de entretenimento, agora fazem da atividade seu ofício, a fim de contribuir com a renda familiar. O que elas talvez não percebam é que, ao ensinar a arte de geração em geração, a história do caiçara caraguatatubense se preserva, como se estivesse escrita em um livro, gravada para sempre nos autos oficiais.

CARAGUATATUBA À MARGEM DA COMUNICAÇÃO

Foi pelo litoral que os descobridores de além-mar chegaram ao Brasil. Por estas terras, de Norte a Sul, que eles primeiro se estabeleceram, catequizaram a população indígena e, somente após atravessarem a muralha de mata atlântica que cerca o país, desbravaram-se para o interior nas Entradas e Bandeiras conhecidas durante as aulas de História.

Rio de Janeiro foi a primeira capital brasileira. Já em São Paulo, encontram-se as centenárias Santos e São Vicente, com suas tribos canibais e padres sendo cozidos em caldeirões incandescentes. Também foi nas areias de Ubatuba que Padre Anchieta escreveu seu lendário Poema à Virgem, com 5.732 versos latinos.

Com tantas histórias, lendas, contos e causos, uma cidade, no entanto, parece ter sido esquecida nesses 500 anos de Brasil. É ela Caraguatatuba, com 152 anos, insignificantes, se comparados ao meio milênio desse país-nação.

A cidade ocupa posição central estratégica no litoral. Tal fato pode explicar a falta de registros, já que, tratando-se de um município de acesso aos outros, como Ubatuba, que levava às Minas Gerais e ao Rio de Janeiro, além de São Sebastião e Santos, com seus



canais e portos para a exportação do pau-brasil, do ouro e, posteriormente, da cana-de-açúcar e do café, poucos procuraram se estabelecer na cidade.

Não bastasse que os pioneiros a se fixar no município tivessem vindo bem mais tardiamente que em suas cidades irmãs, o primeiro registro histórico de Caraguá, devidamente reconhecido pelas academias e órgãos competentes, deu-se apenas em 2000, com o livro *Santo Antônio de Caraguatatuba: Memórias e tradições de um povo*, editado pela Fundação Educacional e Cultural de Caraguatatuba em parceria com a secretaria de Cultura do Estado de São Paulo.

Mas se em 143 anos nenhuma publicação havia sido feita acerca da vida de Caraguatatuba, nenhuma a fim de registrar suas histórias para a posteridade, deixar gravados seus momentos importantes, seus costumes, gente ilustre, seu jeito de viver, como então se preservou a identidade daqueles que hoje são chamados de caiçaras? De que maneira esse grupo tão peculiar manteve vivas sua tradições?

Oliveira (2006) descreve a tradicional família caraguatatubense da seguinte forma:

Por caiçara é conhecido o nativo de regiões litorâneas. Porém, os dicionários trazem definição mais específica, usando o termo para designar o pescador que vive na praia. A palavra tem muitas significações, algumas pouco lisonjeiras, como: caipira asselvajado; caboclo sem préstimo; caipira do litoral; indivíduo muito estúpido; vagabundo; malandro. Representa ainda várias outras coisas, sempre relacionadas ao mar ou rio, inclusive espécie de armadilha para atrair peixes. (OLIVEIRA, 2006, p. 53).

Dessa forma, ao resgatar os três grupos de audiência folk apresentados por Corniani (2009) (rurais marginalizados, os urbanos marginalizados e os culturalmente marginalizados) encaixam-se os caiçaras caraguatatubenses nos urbanos e culturalmente marginalizados. Isso porque eles vivem nas comunidades pesqueiras, às margens dos rios ou próximos ao entreposto de pesca, distantes do centro urbano do município. Além disso, conforme apresentado por Oliveira (2006), tem maneira peculiar de ver o mundo e de relacionar com ele.

BONECAS CAIÇARAS GERAM RENDA E CONTAM HISTÓRIA

Se, conforme ensinou Beltrão, manifestações populares e seus cantos e danças, ritos e objetos, podem ser forma de comunicação, de fazer história, registro, e marcar para sempre as tradições de uma comunidade, pode-se dizer que uma das formas encontradas



pelos nativos caraguatatabenses para transmitir seus costumes por gerações foi demonstrá-los em forma de bonecas de pano.

Não se sabe ao certo quando o hábito teve início. “Minha mãe aprendeu com minha avó, que aprendeu com minha bisa, que por sua vez aprendeu com minha tataravó”, puxa pela memória a artesã Adelina Pimenta Neves. Ela integra uma espécie de cooperativa, o projeto social Farinha de Meia, formado com mais 15 mulheres, que encontraram em sua tradição, nova forma de gerar renda para a família.

Adelina foi entrevistada pelo método da Biografia Humana, ou biográfico, introduzido no Brasil em 1976 por Gudrun Burkhard (2000). Martinez (2008) afirma que tal metodologia é fundamental e útil para compreender o ser humano contemporâneo.

A Biografia Humana consiste em considerar as variações inerentes à existência de cada indivíduo. A aplicação deste método “visa aprofundar a compreensão dos conflitos da história de vida em construção e entender a trajetória de forma integral, uma vez que os eventos são vistos como parte de um conjunto”. (MARTINEZ, 2008, p. 148).

No projeto social ao qual Adelina faz parte, ela e outras 15 mulheres confeccionam bonecas de pano cuja técnica aprenderam quando eram pequenas. Em tempos crise, elas encontraram na tradição uma forma de ajudar no sustento da casa. As bonecas, vendidas em conjunto, formam uma tradicional família de pescadores. Os personagens são: o pai, Zé Caiçara (ver anexo 2), a mãe, Maria Farinha (ver anexo 3), e a filha, Aninha (ver anexo 4). O trio sai por R\$ 95,00 e é vendido na própria sede do projeto ou em casas de artesanato da região.

Na confecção são usados materiais nativos do litoral como a taboa, uma planta típica de regiões úmidas como são as próximas ao mar. Após cinco dias secando ao sol, suas folhas se tornam perfeitas para o entrelace. Com os bonecos vêm também acessórios que formam uma perfeita fotografia do típico caiçara descrito acima por Oliveira (2006). Senão vejamos:

O pai, Zé Caiçara, vem com calça dobrada até os joelhos, comprimento ideal para se praticar, sem molhar a roupa, o *pícaré*, método de pesca artesanal em que se joga a rede nos primeiros metros de mar. A sandália e o chapéu, de abas largas para proteger do sol, são feitos de taboa. A camisa do Zé fica aberta e, em seus ombros, ele carrega uma rede de pesca. Desta forma o pescador está pronto para se aventurar por dias no oceano em busca do sustento da família. Quando ele volta, uma surpresa: seu cesto está repleto de peixes!



Já Maria Farinha se veste como a bisa e a tataravó de Dona Adelina: saia de *chita*, blusa estampada e sandália de dedo; além do chapéu. Em suas mãos ela traz um jacá, espécie de tacho, com um prato típico produzido com ingredientes nativos da região, o Azul Marinho (ver anexo 5).

Oliveira (2006) também fala acerca do quitute:

É o prato que melhor traduz a identidade caiçara, sabia? Lembra que antes de haver a mercantilização da pesca, aqui no litoral se vivia mais próximo do morro, cultivando e complementando a renda e a alimentação com a pesca? Pois é, o peixe do mar e a banana da terra, num único prato, resumem o caiçara tradicional. Para completar, o pirão de farinha de mandioca, que a terra dá e a cor que o mar empresta ao azul marinho. Perfeito, não? E, para quem aprecia peixe, delicioso. (OLIVEIRA, 2006, p. 59)

Se o peixe com banana verde, além de um pirão com farinha também produzida artesanalmente, estão no jacá de Maria Farinha, em sua outra mão ela traz em um papelzinho enrolado a receita da iguaria, seu passo a passo, para que a tradição não se perca, nem no modo de cozinhar.

Aninha, por fim, é uma miniatura da mãe. Se ela não traz o jacá com o prato típico, é porque em sua idade – Aninha tem apenas sete anos – a prioridade ainda é brincar. “Mas ficávamos sempre de olho no tacho, na pontinha dos pés, para acompanhar no fogão o que nossas mães estavam fazendo”, lembrou Adelina, que é a mais senhora do grupo. Ela garante que o prato ainda hoje se faz presente na mesa de sua família.

UM OLHAR SOBRE O ARTESANATO CARAGUATATUBENSE

As artesãs caraguatatubenses (ver anexo 6) aprenderam o ofício quase como uma brincadeira, ensinada pelas mães e avós com o passar das gerações. O que elas pouco, ou quase nada se dão conta, é que ao continuar com a tradição familiar elas informam quem é o caiçara caraguatatubense, onde ele se estabeleceu, o que – e como – come, de que maneira vive sua família, de onde vem seu sustento e quais suas principais atividades econômicas e de lazer. Tem-se aí o *lead*, ou lide, que Rossi (1980) apresenta de forma tão elementar aos estudantes de Jornalismo.

A folkcomunicação, conforme apresentada teoricamente neste artigo, está presente do processo de aprendizagem, como educação informal, na interação oral e gestual entre às artesãs, à comercialização das bonecas, com a manutenção de uma tradição secular que, até hoje, pouco foi registrada oficialmente.



Os caiçaras integram grupo marginalizado urbano e cultural. Assim, valem-se dos recursos que têm em mãos para transmitir as informações que julgam importantes, como a história de seu povo. As bonecas de pano servem a este propósito e vêm hoje tomando proporções inimagináveis: estão sendo exportadas para países europeus como Itália e França. Além disso, Maria Farinha, a precursora da linha, foi selecionada como a 4ª mais original da exposição Pigotta, no auditório Orlando Gambi, da Rádio e TV Aparecida, no ano de 2008. Cerca de 3 mil bonecas participaram.

ANEXOS

ANEXO 1

A linha inclui, além das bonecas, souvenirs com a temática caiçara. Todos são produzidos com matéria-prima tipicamente da região como a fibra da taboa e o saco de transportar mandioca.

Foto: Gianni D'Angelo





ANEXO 2

Zé Caiçara é o típico pescador, com chapéu de palha, calça dobrada e rede nos ombros.

Foto: Gianni D'Angelo



ANEXO 3

A companheira do Zé Caiçara veste saia de *chita* e traz um *jacá* de Azul Marinho.

Foto: Gianni D'Angelo





ANEXO 4

A boneca Aninha é uma miniatura de sua mãe, mas com sete anos, só gosta de brincar.

Foto: Gianni D'Angelo



ANEXO 5

O Azul Marinho é um prato típico caiçara feito com peixe ensopado e banana verde.

FOTO: Agnes Arruda





ANEXO 6

Artesã caraguatatubense mostra a fibra da taboa usada como matéria-prima da linha.

Foto: Gianni D'Angelo



ANEXO 7

A linha tem feito sucesso entre os europeus. Aqui Maria Farinha aparece na Itália.

Foto: Gianni D'Angelo





ANEXO 8

Novamente a boneca Maria Farinha na Itália.

Foto: Gianni D'Angelo



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELTRÃO, L. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BOSI, E. **Cultura de Massa e Cultura Popular**. Petrópolis: Vozes, 2007
- BURKHARD, G. **Tomar a vida nas próprias mãos**. São Paulo: Antroposófica, 2000.
- CAMPOS, J. **Santo Antônio de Caraguatatuba: Memórias e tradições de um povo**. Caraguatatuba: FUNDACC, 2000.
- CORNIANI, F. **Afinal, o que é Folkcomunicação?** Disponível em <http://www2.metodista.br/unesco/agora/pmc_acervo_pingos_fabio.pdf>. Acesso em 01 mai. 2009.



- GRAMSCI, A. **Literatura e vida nacional**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira (1968).
- MARTINEZ, M. **Jornada do Herói: A estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2008.
- OLIVEIRA, R. **Mar: O amor do caiçara**. São José dos Campos: UNIVAP, 2006.
- PIRES, M. **A Folkcomunicação na Transmissão dos Saberes das Figureiras de Taubaté**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2142-1.pdf>>. Acesso em 01 mai. 2009.
- ROSSI, C. **O que é Jornalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- STRINATI, D. **Cultura Popular: Uma introdução**. São Paulo: Hedra, 1999.
- WIKIPÉDIA. **Artesanato**. Disponível em: < <http://pt.wikipedia.org/wiki/Artesanato>>. Acesso em 19 jun. 2009.