



Palavreado, Programa de TV Universitária: Folclore¹

Loah Miranda FROTA²

Clarissa Capistrano de Pinho SAMPAIO³

Larissa Macedo PEREIRA⁴

Renata SANTIAGO⁵

Carlos Velázquez RUEDA⁶

Universidade de Fortaleza - UNIFOR, Fortaleza, CE

RESUMO

Palavreado é um programa de televisão universitária da Universidade de Fortaleza – UNIFOR, que objetiva suscitar, de forma jovem e descontraída, reflexões que possam se traduzir em aprendizados efetivos. Em suas versões, além de discutir com especialistas os temas propostos, escuta “a voz do povo” como meio de direcionar esses posicionamentos a um diálogo com as impressões dos telespectadores. O Palavreado que concorre na EXPOCOM 2008 é o programa temático que trata sobre os mitos folclóricos, sua importância e influência na realidade atual.

PALAVRAS-CHAVE: folclore; cultura; simbólico; mitos; TV universitária.

INTRODUÇÃO

A TV UNIFOR foi implantada em agosto de 2005 com transmissão no Canal Universitário 14 da NET, TV por assinatura. Ela compartilha o horário com a emissora da FGF - Faculdade da Grande Fortaleza, que utiliza o canal desde 2001, segundo uma permuta entre as universidades em intervalos de 24 horas. Atualmente, a programação da TV UNIFOR é também exibida na TV Assembléia, Canal 30 UHF, todas as terças-feiras das 18h às 19h, com reprise aos sábados no mesmo horário e na TV Diário, canal 22, nas madrugadas de segunda a sexta-feira, de 1h às 2h.

Desde junho de 2006, a TV UNIFOR iniciou parceria com o Canal Futura, Fundação Roberto Marinho, canal carioca para o qual a emissora cearense produz em média uma pauta por mês. A TV UNIFOR pode, ainda, ser vista por todo o mundo por meio da rede mundial de computadores, a Internet. As produções do canal são disponibilizadas no site da instituição: www.unifor.br/multimedia.

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria 5 Áreas Emergentes, modalidade E2.4 Produto Lúdico, como representante da região Nordeste.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIFOR, Universidade de Fortaleza, E-mail: loahmf@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFOR, E-mail: clarissampaio@hotmail.com

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFOR, E-mail: lalahotmail@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFOR, E-mail: renatapessoa83@yahoo.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor Doutor em Música pelo Conservatoire National de Musique de Raincy, France e professor dos Cursos de Arquitetura e Comunicação da UNIFOR, Universidade de Fortaleza, email: caveru@unifor.br.



A Universidade de Fortaleza é ciente da necessidade da prática como estratégia de aprendizado. Para tanto, a TV UNIFOR representa o caminho ideal de afirmação de conhecimento para futuros editores, roteiristas, apresentadores, produtores, repórteres e outros profissionais do ramo televisivo, mostrando-se como um laboratório de pesquisa e reflexão acadêmica que comporta diversos seguimentos e cursos da UNIFOR, num trabalho de integração e intercâmbio direto entre academia e mercado de trabalho.

A TV UNIFOR forma-se segundo dois perfis, ora o de televisão de caráter público: quando são veiculados conteúdos formativos e informativos com foco voltado ao cidadão e não à audiência; ora de caráter privado: quando são apresentados materiais que tem por objetivo promover a instituição e seus cursos.

A programação da TV UNIFOR consiste atualmente em sete programas: Palavrado, Mostra de Idéias, Panorama, TV UNIFOR Esporte, Diálogos Políticos, Pensando Direito e Canal UNIFOR. Além de seus programas fixos, ela exhibe também interprogramas e documentários, assim como materiais produzidos pelos alunos da UNIFOR para as disciplinas da faculdade, em cadeiras como a de “telejornalismo” e “TV e cinema”. A TV exhibe, além disso, informações sobre a grade curricular dos cursos ofertados pela Universidade de Fortaleza.

Cada um dos programas fixos da TV UNIFOR é independente, funcionando sob a tutela de um professor orientador específico. O professor orientador, no caso do Palavrado, assume o papel de estabelecer e coordenar uma estratégia semanal para a exploração de cada assunto selecionado. Isso ocorre mediante a celebração de reuniões com a equipe para a revisão e discussão do material documental e executivo. Nessas reuniões acontecem os *brainstormings*, a exposição de idéias para a seleção dos temas das versões seguintes do Palavrado, normalmente buscando-se temas que possam ser explorados segundo diversos ângulos a serem contrapostos. O professor orientador responsabiliza-se também por supervisionar as etapas e processos referentes à realização do programa. Após as etapas de edição e finalização, cabe a ele autorizar a divulgação do material ou indicar possíveis alterações.

O programa Palavrado divide ainda as funções de roteirista, produtor, apresentador e editor, cada qual com uma atribuição de tarefas particulares, não deixando, contudo, de serem todos responsáveis pelo resultado final do programa.

De forma leve e descontraída o Palavrado aborda diversos temas durante o ano, discutindo-os não só com especialistas, mas ouvindo também “a voz do povo”,



como meio de direcionar esses posicionamentos especializados a um diálogo com as impressões dos telespectadores. Em 2007 discutiu-se sobre tabu, tecnologia, morte, adoção, trabalho infantil, moda, papai Noel etc., foi também discutido o tema do folclore, que rendeu o trabalho concorrente na EXPOCOM 2008.

Representando a cultura do popular, o folclore é a reunião das manifestações tradicionais do coletivo, ele organiza e reestrutura os elementos da expressão dentro do repertório simbólico da cultura a qual se refere. Atualmente, no entanto, se percebe um enfraquecimento dessas figuras extraordinárias que compõem os mitos folclóricos. A expressão “isso é folclore”, denotando algo falso, mentiroso, é prova desse enfraquecimento. Os mitos folclóricos são muitas vezes associados a histórias sem importância, relatos desligados da realidade.

“Esse desdém com o folclore denota um preconceito das elites contra o saber popular. Isso foi estudado como algo que tendia a desaparecer. Na Europa se tem esse folclore quase desaparecido e, entretanto, esse saber popular, essa forma de ver o mundo segundo o povo, persiste. Na verdade, o folclore seria uma parte do saber popular, a parte tradicional, aquela parte mais permanente, aqueles elementos estruturantes da cultura do povo que passam de geração em geração e que se perpetuam em constante mutação” (BARROSO)⁷.

2 OBJETIVO

O Palavreado tem por objetivo suscitar de forma jovem, leve e descontraída, reflexões que possam se traduzir em aprendizados efetivos. A proposta do programa é discutir temas variados levando em consideração pontos de vistas diferenciados.

Espaço de aprendizagem e experimentação, o programa utiliza uma abordagem fora do comum, pois não pretende fechar as questões que coloca, mas provocar o envolvimento do telespectador com os temas propostos. Pretende-se que as informações colocadas levem cada um dos espectadores à própria elaboração de posicionamentos a respeito do assunto em pauta.

3 JUSTIFICATIVA

O termo folclore, cunhado no século XIX, significa a expressão dos conhecimentos e da forma de agir de uma população “que procura se reinventar no seu

⁷ Fragmento transcrito da sonora de Oswald Barroso para o Palavreado que aborda o folclore.



dia-a-dia através das suas festas, das suas narrativas orais, da sua música...”
(PEREIRA)⁸.

Estas temáticas mitológicas são atemporais, sendo fundamentais para a orientação do indivíduo moderno, pois o levam a ressoar suas experiências externas de vida ao interior. Através dos mitos somos condicionados a resolver simbolicamente os problemas da realidade.

Os mitos oferecem modelos de vida. Mas os modelos têm de ser adaptados ao tempo que você está vivendo; acontece que o nosso tempo mudou tão depressa que o que era aceitável há cinquenta anos não é mais hoje. As virtudes do passado são os vícios de hoje. (CAMPBELL, 1990, p. 13)

O ritual perdeu a força na sua aplicabilidade, no mundo contemporâneo, tendo em vista que não acompanhou as mudanças sociais e do mundo (CAMPBELL, 1990). O implante dos mitos se dá, portanto, fora de um contexto atual, o que dificulta a identificação dos homens com eles, posto que sob o domínio da racionalidade e da tecnologia, não sobra espaço para o conhecimento não científico, como o da compreensão popular.

Vivemos hoje em uma sociedade cada vez mais voltada para o consumo. Por conta disso, nossa vida moderna se vê presa num redemoinho de referenciais mutantes obedientes à lógica indefinida das estratégias de mercado.

Os mitos produzidos industrialmente condicionam os valores existenciais de um público consumidor, transformando a mitologia em uma mitologia da felicidade ou numa “problemática da felicidade”, de acordo com Morin (1997).

A felicidade é a religião do homem moderno, é projetivo-imaginária e, portanto, mito, mas é também idéia-força, buscada por milhões de adeptos, que irá sintetizar-se por um hedonismo de bem-estar, conforto e consumo. Ela divide seu foco entre a prioridade dos valores afetivos e dos valores materiais, se formando fundamentalmente através do consumo não só de produtos, mas da própria vida.

Esta felicidade implica num recalque às mitologias, ao mesmo passo que expõe uma mitologia euforizante própria, ela parte do princípio que tanto a ação, a proeza, o amor, são tão terrestres, empíricos, tão atingíveis no plano material quanto o bem-estar e o conforto. A sua mitologia euforizante vem como forma de apaziguador de angústia e

⁸ Fragmento transcrito da sonora de Henrique Pereira para o Palavreado que aborda o folclore.



imperava também como regulador moral, “eu tenho o direito de ser feliz”, inocentando de qualquer mal ou culpa que provenha dos desejos.

Essa forma de ver o mundo, segundo a cultura de massa, se baseia em um sincretismo de folclores, expostos em função do consumo, que se unem em detrimento de um tempo, o presente eterno e unificado, de todos os hábitos culturais, que se demonstram em uma estrutura análoga à das mitologias, só que com uma diferença, é uma mitologia da terra, onde os arquétipos são projetados pela alta burguesia.

Apesar desse domínio sobre os elementos da cultura popular pela cultura de massa, existirá sempre a necessidade do homem em equilibrar suas condições de vida à sua mente, e por isso não se pode falar em um fim do folclore e da cultura do povo.

“Muita coisa da cultura de massa, ou seja, que atinge o país inteiro, não necessariamente é uma coisa que veio da cultura popular, pode ser um artifício qualquer criado pela urbanidade. Mas isso não quer dizer também que o fato da cultura popular ficar sufocada pelo que é elemento trabalhado na cultura de massa, não quer dizer que ela não existe mais... A partir do momento que a cultura de massa, que a cultura do consumo, começa a colocar na cabeça das pessoas que isso também faz parte do meu sentir, ela está produzindo um falso desejo” (PAIVA)⁹.

Todos os momentos da vida humana, da antiguidade à contemporaneidade, são recheados de mistérios que a ciência não explica, mas que o folclore ou a tradição popular conseguem explicar.

“80% da nossa vida não é orientada por um saber científico. A ciência não diz nada sobre de onde viemos, quem somos, para onde vamos, o que somos [...] então é preciso haver outros saberes humanos que trabalhem nesse nível. O folclore começou a ser tratado como algo que ia se acabar, lembranças, esquisitices, coisas antigas, piadas [...] e aí foi desvalorizado... Um mito tem a mesma importância ou muito maior, revela muito mais, do que um sonho individual, por exemplo, porque os mitos são os sonhos da humanidade” (BARROSO)¹⁰.

Os mitos fundamentam a formação interior do homem, o possível desaparecimento ou mesmo perda de credibilidade sobre as lendas, a cultura popular, o folclore, provocam enormes mudanças à sociedade e ao indivíduo modernos.

⁹ Fragmento transcrito da sonora de Flávio Paiva para o Palavrado que aborda o folclore.

¹⁰ Fragmento transcrito da sonora de Oswald Barroso para o Palavrado que aborda o folclore.

O Palavrado se propôs, portanto, a abordar o tema do folclore e da séria desconstrução dos mitos populares com a introdução dos mitos fabricados pela cultura de massa, que podem definir um futuro constituído de seres humanos ociosos, cheios de informações mescladas das diversas culturas e coisificações eternas, mas ociosos pelo fato de basearem seus guias de vida num universo imaginário transmitido por objetos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foram utilizadas técnicas de entrevistas, imagens e trilhas sonoras concordantes com o tema em questão, valorizando em primeiro plano, tanto pela proximidade quanto pela peculiaridade, a cultura nordestina. Para o aprofundamento das informações a serem discutidas foram consultados professores e especialistas no assunto, o tema foi também pesquisado em sites e livros.

O roteiro foi elaborado segundo a busca de materiais que pudessem ambientar e ilustrar as sonoras de forma neutra, fazendo sempre alusão a mitos e lendas do repertório fantástico brasileiro.

A apresentadora gravou o programa mesclando estúdio e externa, para a cabeça inicial e final respectivamente. Para a cabeça inicial foi usado como croma uma imagem em movimento no estilo *cartoon*, desenho animado, que pudesse ambientar uma das mais conhecidas imagens do folclore brasileiro, a lenda da Iara, personagem que foi representada pela apresentadora. A produção do rabo de sereia foi feita com a sobreposição de cores mediante colagem no material E.V.A., uma espécie de borracha.

Um diferencial desse programa foi a busca intencional de sotaque acentuado para a locução dos *offs*, concordante com uma das discussões propostas pela versão do programa, a que trata da identidade cultural.

Outro destaque do “Palavrado Folclore” é o formato de “livro de histórias” ilustrado com figuras do folclore nacional segundo o qual se desenrolam parte das sonoras. Montado integralmente durante a fase de edição, a concretização do “livro de histórias” só foi possível graças a uma preparação anterior à gravação das sonoras. Essas sonoras foram gravadas em um mesmo momento, com a utilização de três câmeras, uma para cada entrevistado. No estúdio utilizou-se croma neutro que fosse de acordo com a montagem imaginada para a versão final do “livro”.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO



O Palavreado Folclore, uma produção da TV UNIFOR, foi feito em meio digital, vídeo, NTSC, cores e possui 16 minutos e 15 segundos

6 CONSIDERAÇÕES

As histórias que vêm do nosso povo, o Curupira, o Saci, a Iara, a Loira do Banheiro, falam sobre nossas vidas, desejos, sonho, medos, sobre o nosso passado, mas também sobre nosso presente. De forma mágica, encantada e brincante, o folclore é uma forma de encarar a vida e seus mistérios. Mistérios esses que em outros saberes não encontram espaço.

É por esse motivo que uma abordagem investigativa acerca do folclore faz-se indispensável, para que possa haver uma reaproximação do indivíduo moderno com esses seres invisíveis e fantásticos, ajudando-o através dos mitos podem ajudá-lo a formarem-se interiormente, mediante uma elaboração simbólica de problemas da realidade.

REFERÊNCIAS

CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

MORIN, Edgar: **Cultura de massas no século XX. O espírito do tempo I: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

PALAVREADO. **Folclore (vídeo)**. Brasil, 2007. DVD, 16 min. Color.