



Viva São Pedro: uma análise folkcomunicação dos Festejos de São Pedro no bairro Poty Velho em Teresina (PI) ¹

Ana Isabel FREIRE Monteiro dos Santos Marinho ²
Francisca Mariana Alves GUIMARÃES³
Jacqueline Lima DOURADO⁴
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

O presente artigo busca identificar de que modo se processa a relação entre a religião e a comunicação, tendo como foco de análise os festejos de São Pedro no bairro Poty Velho em Teresina e tendo por base a teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão(1967). Propõe-se ainda, analisar a relação mais apropriada entre o Festejo de São Pedro com veículos midiáticos piauienses, bem como o tratamento dado por estes à festividade em questão, fundamentado no conceito de Folkmídia proposto por Antonio Hohlfeldt (1990).

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Folkmídia; Jornalismo; Festejos.

INTRODUÇÃO

A relação do homem com a comunicação é uma assunto que há muito tempo instiga a curiosidade de pesquisadores em diversas áreas do conhecimento, sejam historia, artes, lingüística, e a comunicação não poderia abster-se de investigar o processo de comunicação e a mediação das relações que se estabelecem entre os indivíduos dentro de uma sociedade em virtude desse processo.

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí-UFPI; Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM). E-mail: anaisabel_freire@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí-UFPI; Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM). E-mail: mariana-guimaraes@hotmail.com

⁴ Professora do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Políticas Públicas da Universidade Federal do Piauí (UFPI), doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Economia Política e Diversidade (COMUM) e membro do Conselho Consultivo da Rede Folkcom. E-mail: jacdourado@uol.com.br.



Partilhar experiências, sabedorias, conhecimentos, informações, e assim, divulgar as manifestações culturais próprias de um povo, de uma região, por meio da comunicação e de seus inúmeros dispositivos, permitiu com que estudiosos desta área enxergassem algo além do simples ato de compartilhar, de expressar os costumes e tradições de um povo. Começaram a perceber que essas trocas simbólicas afirmavam e fortaleciam a cultura e a identidade características de uma região.

Os estudos de Luiz Beltrão chamam atenção para um tema até então pouco explorado pelos comunicadores do país: a relação comunicação e folclore. Beltrão introduz no cenário acadêmico o termo Folkcomunicação e a temática da comunicação em nível popular. São os estudos desse pesquisador e jornalista pernambucano que dão a base para a realização do presente artigo.

Como pioneiro deste estudo, desenvolveu então, o conceito de Folkcomunicação como o “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p.79).

Para chegar a essa definição, Beltrão foi guiado pela curiosidade inerente à figura do jornalista que, observando a diversidade da sociedade brasileira e dos grupos que a compõem, leva em consideração as suas diferenças econômicas, sociais, culturais e de comunicação que se tornam bastante acentuadas de uma região para outra do país.

Para desenvolver o estudo, Beltrão tomou por base às classes subalternas, marginalizadas da sociedade que, sem possibilidades de acesso aos veículos de comunicação de massa, já que estes eram monopolizados pela elite, desenvolviam seus próprios canais de comunicação, portanto, artesanais, a partir de linguagens próprias da região, indo desde as conversas de barzinho, a literatura de cordel, as procissões até as manifestações folclóricas. Foi procurando descobrir de que modo se comunicam essas populações marginalizadas, seja essa marginalização urbana, rural ou cultural, que ele alcançou, nesses grupos, a percepção de suas atitudes, sentimentos, intenções e visões de mundo que costumam ser desconsideradas pela maioria.

Beltrão defende que, dentro do sistema da Folkcomunicação, faz-se necessário conhecer a importância do líder de opinião ou agente comunicador, para que se possam compreender as razões que o levaram a definir esse sistema como sendo um processo interpessoal de comunicação.

Beltrão parte, em suas pesquisas, dos estudos desenvolvidos por Paul Lazarsfeld (LAZARSFELD *apud* BELTRÃO, 2001) que já havia identificado algumas das



características que definem um líder de opinião, tais como, a personificação de interesses específicos, onde pelo modo como pensam e agem, acabam influenciando os demais membros do seu grupo; o fato de ocuparem posições propiciatórias de elevada consideração no assunto em questão, como é o caso, por exemplo, das senhoras idosas que se tornam conselheiras em suas comunidades; são acessíveis no tocante à suas relações; tem acesso a informações vindas de outros meios sociais que não o seu. O acesso às informações veiculadas pela mídia, somado à capacidade de liderança apresentada por determinados membros de uma comunidade faz com que estes passem a exercer sobre aquele grupo uma influência que não poderia ser percebida fora dali.

O líder de opinião geralmente possui consciência da influência que exerce dentro da comunidade, e costuma agir de modo a assegurar a posição de liderança e até mesmo ampliá-la. “A ascensão à liderança está intimamente ligada à credibilidade que o agente-comunicador adquire no seu ambiente e à sua habilidade de codificar a mensagem ao nível do entendimento de sua audiência”. (BELTRÃO, 1980)

Como um campo complexo, a Folkcomunicação é palco para inúmeros estudiosos e pesquisadores que, acerca do tema e de seu objeto de estudo, desenvolvem conceitos e teorias, acrescentando o conceito postulado por seu idealizador. Entre eles, Antonio Hohlfeldt credita ao conceito de Folkcomunicação um estudo além da cultura popular ou do folclore, mas,

o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada, ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. (1990: 1-6 *apud* ASSUNÇÃO)

O conceito proposto por Hohlfeldt e por outros pesquisadores em folkcomunicação começavam a dar indícios ao surgimento de uma nova corrente, a Folkcomunicação presente nos veículos de comunicação de massa, mais conhecida por Folkmídia. Joseph Luyten argumenta que “julgamos conveniente destacar o termo Folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa” (LUYTEN, 2002).

O processo folkmidiático concede aos grupos marginalizados os meios que garantiam, antes, sua exclusão perante a sociedade: a mídia. Esta por sua vez, utiliza-se de manifestações de fé, de devoção, de conteúdos folclóricos e expressões culturais das



classes subalternas como fatos e acontecimentos midiáticos. As formas de expressão da cultura de um povo antes passadas de gerações por meio da comunicação interpessoal, da oralidade, que os mais velhos passavam aos mais novos, vêm, hoje, no jornal, no rádio, na TV e até na Internet, meios de preservação e divulgação da cultura e suas diversas manifestações. É cada vez mais comum nas telas de cinema, ou na própria televisão, sejam através de documentários ou filmes, relatos de histórias de fé, de religiosidade, que demonstram a verdadeira cultura de um povo. Estas produções, por sua vez, têm sido aceitas pelo público de forma positiva, revelando um reconhecimento e uma revalorização da cultura de um povo por parte do público.

A transposição dos conteúdos folclóricos das classes populares para a mídia propicia a divulgação e um maior conhecimento de toda a diversidade cultural típica de um grupo para um maior número de pessoas, de modo a promover um intercâmbio entre os diferentes grupos e ao mesmo tempo, impedir que todas essas riquezas culturais e suas peculiaridades sejam levadas ao esquecimento. Marques de Melo (2002) sintetiza o caráter “depositário e redistribuidor da cultura”, da forma em que, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permitindo o resgate de celebrações, ritos ou festas aparentemente condenadas ao esquecimento.

Os Festejos de São Pedro no Poty Velho e suas histórias

Uma das formas de comunicação utilizadas pelo homem que se faz presente em praticamente todas as sociedades, desde épocas remotas, é a comunicação por meio do folclore manifestada através da religiosidade popular. A presença da religião é marcante na sociedade brasileira, sobretudo quando se trata do nordeste, em especial do Piauí, onde cerca de 90% da população se declara católica, configurando-se assim, como o estado com maior população católica do Brasil (IBGE, 2000).

No bairro Poty Velho, bairro mais antigo de Teresina, localizado na zona norte da capital, não é diferente. A tradição religiosa se faz presente na comunidade por meio da devoção por Nossa Senhora do Amparo (padroeira da cidade) e por São Pedro, que junto com Santo Antônio e São João, formam a tríade junina, e cujo festejo é famoso na capital piauiense.

O resgate oral da devoção aponta que início do festejo de São Pedro remonta à década de 1950. A história do festejo está presente na memória da população do bairro,



em especial dos mais velhos que participaram ativamente da construção dessa tradição popular. Considerada uma referência quando o assunto é a história do Poty e do festejo, Maria do Amparo Salvino, mais conhecida como Dona Duampa, 83 anos, é quem narra a origem da comemoração religiosa.

De acordo com o relato de Dona Duampa, a ideia da realização de um festejo para São Pedro partiu de um pescador da comunidade chamado Manoel de Sousa Aguiar. Naquela época, a distância entre os bairros e o centro da cidade de Teresina era bastante considerável e, por isso, não era tão comum o trânsito de pessoas como se vê hoje em dia. Devido à dificuldade do acesso, apenas as pessoas que costumavam ir com frequência ao centro da capital tinham conhecimento do que se passava na cidade, no estado e mesmo fora dele. Foi assim que o pescador Manoel, conhecido por todos do Poty como Seu Panta, descobriu a tradição da devoção por São Pedro manifestada no Rio de Janeiro. Através de uma reportagem publicada em uma revista, o pescador demonstrou interesse em reproduzir no Poty Velho, entre a comunidade de pescadores, o culto a São Pedro.

Todos os detalhes que, ainda hoje marcam as comemorações no bairro, foram extraídos dessa reportagem lida pelo pescador Manoel. O primeiro deles, se refere à formação de uma colônia de pescadores no bairro Poty Velho, que até então não possuía nenhuma forma de organização do trabalho dos pescadores locais. O segundo diz respeito ao início do festejo, que começa no dia 21 de junho e vai até o dia 29 do mesmo mês, data em que se comemora o dia do padroeiro. A abertura do festejo se dá por meio da realização de uma missa na Igreja de Nossa Senhora do Amparo, no bairro Poty Velho. Após a missa, a imagem de São Pedro é levada até a Igreja de Nossa Senhora do Amparo, localizada no centro de Teresina, onde tem início a procissão. O cortejo fluvial parte do “Troca-troca” (ponto de referência da capital piauiense, onde são realizadas trocas de mercadorias), onde diversas embarcações seguem pelo Rio Parnaíba, acompanhando o barco principal, que é o responsável por levar a imagem de São Pedro ao destino final: o Parque Ambiental Encontro dos Rios (ponto em que os dois principais rios de Teresina se encontram: rios Poty e Parnaíba).

Dona Duampa relata que toda a comunidade se mobilizou em favor da ideia da realização do festejo, e que este começou a ser realizado em 1952, com a utilização de uma pequena imagem de São Pedro, que havia sido emprestada por uma moradora do bairro. A imagem foi colocada em uma árvore (um jatobá) ao lado da igreja de Nossa Senhora do Amparo, onde a população se reunia para a realização do festejo. Pelo fato



de ser uma imagem pequena, o santo acabou sendo apelidado pela população local de “Buchudim”.

Naquela época, não havia imagens em tamanho grande na cidade, então o Sr. Manoel, após pedir autorização ao padre que estava à frente da igreja de N. S. do Amparo, para encomendar uma imagem em tamanho maior. Após conseguir a autorização do pároco e reunir a quantidade suficiente de dinheiro através de doações dos moradores, a imagem de São Pedro foi encomendada no Rio de Janeiro e chegou ao bairro Poty Velho no dia 17 de Julho de 1955, às 15 h.

Com a chegada de São Pedro ao Poty, foi necessário pedir, novamente, a autorização do padre para que a imagem ficasse na paróquia até que se construísse uma igreja para o santo às margens no rio Poty, o que nunca aconteceu em virtude de atritos dentro da própria comunidade de pescadores, e por isso, até hoje a imagem de São Pedro está na Igreja de N. S. do Amparo.

Assim como acontece com Santo Antonio e São João, quando os devotos fazem simpatias e promessas como forma de tentar obter favores e “graças” desses santos, com São Pedro não é diferente. Durante os festejos do Poty Velho, é comum os fiéis deixarem ofertas para o santo como forma de pagamento pelos favores alcançados, são os ex-votos. Em geral, os devotos se comprometem a acompanhar a novena e deixar uma jóia para ser leiloadada durante o festejo. Dona Duampa lembra um caso para exemplificar o pagamento de promessas para São Pedro, quando, segundo ela, uma senhora, residente no Rio de Janeiro “mandou pagar uma promessa pra São Pedro. Era para dar um presentinho para uma pessoa, “um trocado”. Uma parte da oferta era do São Pedro e a outra parte pra uma pessoa da comunidade, e fui eu que ganhei”.

Análise midiática dos veículos impressos sobre os Festejos de São Pedro

Como forma de identificar e analisar a imagem construída pela mídia piauiense sobre os Festejos de São Pedro no bairro Poty Velho, foi traçado um panorama acerca da cobertura dada pela imprensa piauiense no período em que se estende a duração do Festejo, correspondente aos dias 19 a 29 de junho de 2010.

A análise se concentrou nos veículos impressos, tendo destaque para os três maiores jornais de circulação piauiense – Jornal O Dia, Meio Norte e Diário do Povo.

Analisando os jornais durante o período festivo, percebe-se que apenas dois dos três impressos em questão abordaram o tema, sendo, o jornal O Dia, em uma única



edição, no dia 27 de junho de 2010 (domingo), em seu caderno de cultura, “Metrópole” e o impresso Meio Norte, também somente em uma edição, veiculada no dia 29 de junho (terça-feira) no caderno “Theresina”.

Mesmo sendo uma das festividades mais tradicionais e importantes da capital piauiense, os festejos de São Pedro não recebem a devida atenção por parte dos veículos midiáticos da cidade de Teresina. O jornal O Dia publicou uma reportagem de três páginas onde falava sobre essa manifestação religiosa. Nesta reportagem, percebe-se de pronto a opinião do jornalista a respeito do festejo, opinião esta que, ao longo do texto, é confirmada por meio de algumas entrevistas, mas que também encontra idéias discordantes sobre a atual situação do evento em questão.

Logo na abertura da reportagem, o texto aponta para as belezas das festividades juninas e ressalta que:

Passadas as festas de Santo Antônio e São João, a festa agora é de São Pedro, o padroeiro dos pescadores. Dia 29, as fogueiras estarão acesas, bem como a luz que ilumina a alegria folclórica, com suas cores e movimentos de beleza ímpar. No bairro Poty Velho- reduto de pescadores-, zona Norte da cidade, os festejos ao santo estão acontecendo com grande participação popular. (O DIA. Metrópole pag. 1)

Na página seguinte, o início do texto faz uma breve introdução sobre São Pedro, seus feitos e da forma como ele é conhecido pelos devotos, ressaltando sua importância dentro do contexto da tríade junina. Posteriormente, são apresentadas entrevistas realizadas pelo repórter, onde ficam caracterizadas diversas opiniões a respeito do festejo, opiniões essas que, ao longo da reportagem, se mostram contrastantes no tocante à realidade do evento.

Na fala do presidente da associação de pescadores do bairro Poty Velho, Francisco José Aquino, os festejos de São Pedro são “animados, com muitas atrações e um público considerável; as noites do bairro tem sido das mais animadas, como nos anos anteriores”. Logo após este depoimento, aparece a fala de duas pessoas que aproveitam o período dos festejos para trabalhar, ocupando barracas onde são comercializados alimentos e bebidas. As reclamações dos barraqueiros dizem respeito à estrutura do evento, ao pouco movimento de pessoas e até mesmo a ausência de políticos e empresários locais, que eram presenças garantidas nos anos anteriores.

A prática comercial em torno do Festejo de São Pedro distancia ainda mais o festejo do caráter religioso ao qual faz jus. No decorrer da matéria, uma das grandes



preocupações demonstradas, está na lucratividade do festejo. O ponto-chave da questão chega a ser percebido quando o entrevistado Francisco José, remete o enfraquecimento do Festejo à falta de incentivo de empresários na festividade religiosa, “espero que para o ano, os empresários olhem mais para nosso festejo e participem porque todos lucrariam...”

A matéria confirma, ainda, o caráter festivo dos Festejos de São Pedro, no momento em que o jornalista descreve que os pescadores “indicam bandas que poderiam fazer dos festejos um grande evento...”. Ao demonstrar o “entusiasmo” por parte destes, ao citar nomes de vários grupos musicais como forma de garantir o “sucesso” do festejo, o jornalista prolonga o assunto por dois parágrafos, questionando desta forma, o real valor que o festejo do padroeiro dos pescadores teria para estes, haja vista que em nenhum momento foi citado qualquer tipo de manifestação religiosa por parte dos entrevistados.

Ressalte-se ainda, o caráter dúbio de opiniões no decorrer da reportagem. Apresentadas sob a forma de caixa alta, palavras como “Satisfação”, “fracasso” e “temor” mostram o contraste entre os próprios integrantes do festejo. Enquanto um primeiro entrevistado se mostra entusiasmado, demonstrando uma satisfação, os demais reclamam da falta de estrutura, chegando até a falar em desaparecimento dos Festejos de São Pedro. Tamanhos contrastes induzem a reflexões acerca da estrutura do festejo, pois que motivos tais pessoas teriam para divergir tanto em suas opiniões a respeito de um mesmo assunto, de um mesmo ambiente, de uma mesma festividade?

A escassez de público, o esquecimento de algumas das tradições características desta manifestação religiosa, a forma como o significado do evento é deturpado, quando é dada, por exemplo, maior importância à folia, aos shows do que ao culto ao santo padroeiro, acabam por produzir, nos moradores no bairro, assim como nos trabalhadores, um sentimento de temor sobre qual será o futuro dos festejos. Este temor é retratado pela fala do barraqueiro Rosival Costa Nunes que diz: “do jeito que a coisa vai, a tendência é o fim do evento”.

O encerramento da reportagem do jornal O Dia segue a mesma linha que marcou o seu início, São Pedro, sua história e importância para a comunidade cristã católica. O repórter resgata a trajetória do santo que ficou conhecido como um dos principais apóstolos de Jesus Cristo, fundador das linhas apostólicas que, anos depois seriam a base para a formação da Igreja Católica Apostólica Romana, e a crença de que é São Pedro o santo guardião das portas do céu. O texto é encerrado com a lembrança de uma



tradição do período junino que está presente em todos os recantos do país: as simpatias para os santos juninos. Embora as simpatias mais conhecidas sejam as relacionadas a Santo Antônio (os famosos pedidos para o santo encontrar pretendentes, arranjar um casamento, fazendo com as moças solteiras saiam do “caritó”), os pedidos para São Pedro também se fazem presentes no cotidiano dos devotos. As simpatias relacionadas na reportagem fazem alusão a pedidos para encontrar uma casa nova para morar, pedidos de proteção para casa, e até mesmo simpatias para saber como será a vida sentimental.

Na matéria publicada pelo jornal Meio Norte, intitulada por “Festejos sofrem com a perda de público”, o texto começa ressaltando que “uma das festas religiosas mais tradicionais de Teresina esta perdendo o seu brilho”. Pode-se perceber que, embora o repórter reconheça que este é um dos eventos religiosos mais tradicionais da cidade, não faz, ao longo da notícia, nenhuma alusão aos aspectos históricos, ou mesmo à riqueza cultural inerente aos festejos de São Pedro, dando enfoque aos aspectos negativos acerca do festejo. Expressões como “perdendo o brilho, enfraquecimento”, reforçam o caráter negativo da matéria.

Assim como no jornal O Dia, o caráter comercial em torno do festejo também foi citado como uma das grandes preocupações. Por meio de entrevistas realizadas, o preço das barracas, foi motivo de reclamação por parte dos entrevistados. As reclamações são do pescador Valdivino da Cruz, que afirma conviver com a realidade do festejo desde 1945. A informação divergente deste texto está na data do festejo dita pelo pescador. De acordo com a historia dessa manifestação religiosa, os festejos tiveram início em 1952 com uma imagem pequena do santo e já em 1955, com a imagem grande que é utilizada até os dias de hoje. Esse equívoco cometido pelo jornalista é um indicativo da falta de atenção dada pela imprensa local ao festejo de São Pedro, fato comprovado através da desatenção no que diz respeito às datas.

Nesta matéria são esquecidos os aspectos religiosos próprios do festejo, dando-se maior importância às questões econômicas, ressaltando ainda o enfraquecimento do evento, no tocante à presença do público, e vai mais além quando dá destaque a questões políticas, através de críticas de entrevistados à atual administração que está à frente da associação de pescadores.

O pescador Paulo Oliveira, entre outros fatores, atribui o enfraquecimento das competições à atuação da associação dos pescadores do Poti Velho,



administrada por Francisco Aquino. “Tínhamos vários sorteios e aqui dava muita gente. Acho que a solução é experimentar novas administrações”. (Jornal Meio Norte, 29/06/2010, pag. B1)

Ao contrário do jornal O Dia, o impresso Meio Norte abordou o festejo de São Pedro não como reportagem, mas sob a forma de notícia de cunho negativo, em que não demonstra tanta relevância quando o assunto é a manifestação religiosa do Festejo. Comprova-se tal fato, no momento em que apenas cita alguns dos diversos eventos que ocorrem durante o Festejo.

A Folkcomunicação e o festejo de São Pedro

Com base nos estudos acerca da folkcomunicação e do depoimento obtido através de entrevista realizada no bairro Poty Velho, pode-se apontar algumas relações existentes entre os festejos de São Pedro e a teoria elaborada pelo professor Luiz Beltrão. A primeira delas está na própria origem da comemoração. Como, na década de 1950, o Poty Velho, assim como todos os outros bairros da cidade, era isolado do centro da capital, o acesso à informação e o contato com pessoas de comunidades diferentes era restrito a determinados personagens do bairro. Estes por sua vez, por meio de conversas, leitura de jornais e revistas, tinham a oportunidade conhecer o “mundo além da realidade a qual pertencia”, e desta forma poderiam levar o conhecimento obtido ao restante da comunidade. Eram essas experiências que davam a esses personagens o prestígio perante a comunidade, pelo fato de atuarem como elo comunicativo entre esta e o mundo.

Por meio da reinterpretação de uma mensagem emitida através de um meio de comunicação coletiva (revista), Seu Panta, pescador, pessoa simples da comunidade conseguiu, diante do seu prestígio e das identificações que tinha com a comunidade, influenciar os demais membros pertencentes ao universo do bairro, com vistas a dar início à comemoração religiosa. As características do pescador que teve a idéia de realizar o festejo no bairro podem ser comparadas as do líder de opinião apontado por Beltrão, e citado por Marques de Melo:

Para que a mudança se verificasse, outra influência se colocava entre os meios e o grupo afetado – a influência do líder de opinião. Quem é esse agente tão importante para difundir idéias e arrancar decisões tão significativas da população? As pesquisas citadas o indicam como um personagem quase sempre



do mesmo nível social e de franco convívio com os que se deixam influenciar, levando sobre eles uma vantagem: estão mais sujeitos aos meios de comunicação do que os seus liderados. 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 os meios para transmiti-las, adequadas ao interesse coletivo e em linguagens de domínio e compreensão geral, aos seus iguais. (MARQUES DE MELO, 1976)

A presença de aspectos da Teoria da Folkcomunicação no festejo de São Pedro não se restringe apenas a esse ponto da história. Existem ainda, outros momentos em que se torna possível a identificação das relações entre folclore, comunicação popular e a tradição religiosa no Poty Velho, entre eles, está a relação existente entre o festejo e a mídia local, no que se refere ao discurso produzido pelos veículos impressos piauienses acerca do tema.

Contrariando a própria fala, que destaca a importância e o caráter tradicional dos festejos de São Pedro, e diante do número reduzido de matérias veiculadas (uma reportagem no jornal O Dia, uma notícia no Meio Norte e o completo esquecimento da festividade por parte do jornal Diário do Povo) durante o período festivo, percebe-se que há uma incoerência dos veículos impressos quanto ao seu discurso, quando ao mesmo tempo em que reconhece a relevância do evento, não dá a este a devida atenção em suas páginas.

O modo como o tema é abordado nos veículos de comunicação impressos da capital, revela a maior importância dada aos temas ligados a questões políticas e econômicas do evento, deixando de lado os aspectos relacionados à religiosidade, às tradições culturais e aos costumes inerentes à realidade particular do festejo de São Pedro. Essa atitude da mídia local acaba por contribuir para que as novas gerações, sejam elas pertencentes ao universo do bairro Poty Velho ou não, desconheçam a importância cultural e histórica desta manifestação religiosa, manifestada, por exemplo, pelo desinteresse dos próprios jovens pescadores do bairro.

Como é característico da prática jornalística, o papel de divulgar fatos e acontecimentos de uma determinada região, percebe-se por meio dos veículos impressos analisados, que diante dos problemas intitulados pelos entrevistados, que muito se questionavam acerca da falta de infra-estrutura e segurança, no que diz respeito aos Festejos de São Pedro.



Considerações Finais

Tendo em vista a atual importância dos meios de comunicação massivos sobre a cultura de uma região, observa-se que, analisar midiaticamente o Festejo de São Pedro no bairro Poty Velho é perceber como esses veículos podem influenciar na conservação da cultura característica de um povo, que, ao partilhar a tradição, a experiência cultural que lhe é inata, são capazes de preservar a identidade, a linguagem do povo, a autêntica cultura popular e suas raízes, do esquecimento a que tantas outras manifestações culturais estão sendo levadas. É o que ressalta Luiz Beltrão nas seguintes palavras:

Que precisam entender-se, comunicar-se, com vistas à interação, a fim de que sobreviva o Brasil com o patrimônio físico e espiritual que recebemos das gerações antecedentes e que temos o dever de transmitir, integral e enriquecido, aos nossos pósteros (Beltrão, 2001, p. 258)

É mister destacar que, uma vez conhecida a importância histórica e a riqueza das tradições que marcam o festejo, a imprensa local não desempenha, nesse momento, a função de meio de propagação da história e da cultura religiosa do estado do Piauí, contribuindo assim, para que manifestações religiosas, tais como os festejos de São Pedro no Poty Velho, acabem caindo no esquecimento.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP; 2004.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- ENTREVISTA. Entrevista concedida por Maria do Amparo Salvino, em 23 de Janeiro de 2011 à pesquisadora Ana Isabel Freire.
- HOHLFELDT, Antonio. **Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século**. in: Anuário UNESCO/ UMESP de Comunicação Regional, v.1, n.5, São Bernardo do Campo - SP, 2002.
- ASSUNÇÃO, Luciane et al. **Folkcomunicação: o ex-voto na Literatura de Cordel**. In. Folkcom – Do ex-voto à indústria dos milagres: A comunicação dos pagadores de promessas. 1ª Ed. Teresina: Halley, 2006.
- LIMA Dowglas; LIMA,Francisco. **Festejos sofrem com a perda de público**. Jornal Meio Norte. Teresina, 29 jun. 2010. Caderno Theresina, p.B1



LUYTEN, Joseph M. **Folkmídia, nova acepção da palavra**. Trabalho apresentado no V Folkcom – Santos (SP) – maio de 2002 e no Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação (Intercom 2002) Salvador (BA).

MARQUES DE MELO, J. (Org.); GOBBI, M. C. (Org.); DOURADO, Jacqueline Lima. (Org.). **Folkcom** - Do ex-voto à indústria dos milagres: A comunicação dos pagadores de promessas. 1ª. Ed. Teresina: Halley, 2006.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VILARINHO, Marco. **Agora a festa é de São Pedro**. Jornal O Dia. Teresina, 27 jun. 2010. Caderno Metrópole, p. 1,4 e 5.