



Folclore de Piracicaba: uma história viva!¹

Lilian Donisete GERALDINI²

Ivan Fernandes da COSTA³

Mariana Antonella dos SANTOS⁴

Luiz VELOSO⁵

Instituto Superior de Ciências Aplicadas, Limeira, SP

RESUMO

Piracicaba, no interior de São Paulo, ainda cultiva a riqueza da cultura popular e do folclore. Há diversos tipos de manifestações, no entanto, quatro principais foram elencadas para exemplificar e demonstrar de que forma o município se preocupa com a preservação de suas raízes. O rádio foi o veículo escolhido para apresentar, por meio de uma série de reportagens, de maneira simples e de fácil entendimento o modo como o folclore ainda é difundido. Sons característicos, depoimentos de moradores e especialistas e a imaginação exigida e proposta pelo rádio são os elementos que compõem o produto e convidam para conhecer e mergulhar na história da cidade.

PALAVRAS-CHAVE: folclore; radiojornalismo; Piracicaba (SP); cultura popular

INTRODUÇÃO

De maneira ampla, há diversos significados para o folclore. Há os que acreditam que o folclore seja a forma de um povo se manifestar culturalmente, são as tradições deixadas por seus ancestrais ou mesmo que o folclore é sinônimo de cultura. Mas o folclore vai muito além de definições práticas. As opiniões de estudiosos e escritores sobre o real significado do que é folclore são diversificadas. Para Megale (2003), o folclore, ciência considerada indispensável para o conhecimento social e psicológico de um povo, deve seu nome ao arqueólogo inglês William John Thoms, que no dia 22 de agosto de 1846, empregou pela primeira vez a palavra (...) *folk*, significando povo e *lore*, que quer dizer conhecimento ou ciência.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Programa laboratorial de radiojornalismo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo do ISCA Faculdades, email: lilian_geraldini@yahoo.com.br

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo do ISCA Faculdades, email: ivancosta.jornalismo@hotmail.com

⁴ Estudante do 8º Semestre do Curso de Jornalismo do ISCA Faculdades, email: m-antonella@hotmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do ISCA Faculdades, email: luizveloso@terra.com.br



Brandão (1982) aponta que, na cabeça de alguns, folclore é tudo o que o homem do povo faz e reproduz como tradição. De acordo com Pellegrini Filho & Santos (1989) o nome surgiu em 1846 com a intenção de substituir as denominações “antiguidades populares” e “literatura popular”.

Piracicaba, no interior do estado de São Paulo, ainda preserva a cultura popular e, portanto, suas raízes folclóricas. Com mais de 240 anos, o município ainda conserva muito de seu passado. O sotaque e os hábitos de seus moradores, histórias e as tradicionais comemorações de datas religiosas e alusivas ao local fazem parte do cotidiano da cidade que já foi Vila e atualmente registra grau de urbanização acima de 97%, segundo dados do IPPLAP (Instituto de Pesquisa e Planejamento de Piracicaba) com base em dados de 2010.

Tal importância, a de se estudar e contribuir para que determinadas culturas não se percam, vem de encontro ao propósito e necessidade da difusão da informação. Nesse sentido, o rádio, apesar de já ter sido considerado um veículo ultrapassado, ainda resiste e continua com a mesma função fundamental: a prestação de serviço e propagação da informação.

Foram elencadas para descrição nas reportagens, manifestações praticadas em Piracicaba, como a Festa do Divino, tradicional também em outras cidades do estado; o Batuque de Umbigada, dança de tradição afro presente ainda em um projeto piracicabano; o cururu, música caipira e que tem como berço a região de Piracicaba; e a Festa da Polenta da comunidade de Santa Olímpia de descendência da região do Trento, antiga província do Império austro-húngaro e que foi posteriormente incorporada à Itália.

Como se trata de um tema que tanto pode ser interesse de estudiosos e do público em geral foi focado como público-alvo os sexos masculino e feminino das classes A e B de 20 a 45 anos. A intenção é de que qualquer pessoa pudesse compreender o conteúdo destas reportagens e ao mesmo tempo se sentisse instigada e conhecer mais sobre a cidade, o folclore e utilizasse da imaginação, proporcionada pelo rádio, para obter o resultado.

O Rádio como difusor de massas

Desde os primórdios, o rádio pretende levar entretenimento aos ouvintes, que cada vez mais tem necessidade da informação. Segundo Meditsch (2001), a história oficial diz que o primeiro a utilizar-se da comunicação à distância foi o italiano Guglielmo Marconi, que praticou pela primeira vez a comunicação sem fio, em 1894. A primeira transmissão, no entanto, ocorreu em 1901. No entanto, no Brasil, o Padre Landell de Moura teria realizado a



transmissão de mensagens a oito quilômetros de distância já em 1893, fato que não é reconhecido oficialmente.

No início, o rádio possuía teor exclusivamente elitizado, e só aos poucos foi se consolidando como veículo de massa e acessível, como é hoje. Sua linguagem, como o passar dos anos, foi modificada e se tornou mais simples para facilitar o entendimento do público, que foi ainda mais atraído com a diversificada programação.

De acordo com Jung (2004), Edgar Roquette Pinto é considerado o pai do rádio no Brasil, fundador da primeira rádio brasileira, oficialmente, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. A primeira transmissão oficial de rádio aqui ocorreu em 07 de setembro de 1922, quando foi ao ar o discurso do então presidente Epitácio Pessoa, ao som de “O Guarani”, de Carlos Gomes.

A década de 40 foi considerada a “época de ouro do rádio”. Neste período, havia os famosos programas de auditório, que lançaram grandes nomes da música popular brasileira. O radiojornalismo surgiu pouco mais tarde, mas ainda nos anos 40, quando entrou no ar o “Grande Jornal Falado Tupi”, de São Paulo. O jornal radiofônico era apresentado por Roquette Pinto, que lia notícias de jornais impressos.

Com um lápis vermelho na mão, o professor Edgar Roquette Pinto lia atentamente os principais jornais do Rio de Janeiro. As notícias mais interessantes ou fatos curiosos eram sublinhados tarefa encerrada só depois de virada a última página. Os textos rabiscados eram a fonte de informação para o Jornal da Manhã, uma das primeiras experiências jornalísticas do rádio brasileiro, transmitido, de segunda a sexta, pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a PRA-2. (...) Mal imaginava que seu método contaminaria as redações. (JUNG, 2004, p.19)

A princípio as rádios eram AM (Amplitude Modulada), só após a década de 60 surgiram as FMs (Frequência Modulada), o que inclusive proporcionou uma nova era e retomada de fôlego para o rádio, especialmente após a chegada da TV na década de 50.

Mesmo com os constantes avanços da tecnologia e as diferentes opções de se obter informação e entretenimento, o hábito de ouvir rádio se manteve na população. “A história está cheia de lamentáveis enganos sobre o rádio. Aqui mesmo no Brasil, a morte do veículo foi anunciada muitas vezes. Em nenhuma foi apresentado o atestado de óbito” (JUNG, 2004, p.50).

Outras plataformas



O surgimento da internet veio para alguns confirmar a falência do rádio, porém, não foi isso o que aconteceu. Mais uma vez o veículo rádio se mostrou firme e aliado a essa nova plataforma ganha cada vez mais adeptos, que agora conseguem sintonizar uma emissora em qualquer lugar do planeta. Entretanto, há sempre a necessidade de adequações.

O novo rádio tem que se transformar para sobreviver no mercado em que a web está se convertendo, através de uma explosão acelerada. O velho esquema “eu falo e você me escuta” será substituído pelo diálogo com o público-alvo da rádio, no qual a cumplicidade e a busca do interesse comum serão essenciais (BARBEIRO & LIMA, 2001, p. 39).

Os autores acreditam ainda que o rádio vai ser inteiramente transmitido via internet e emissoras que insistirem nos atuais meios vão ficar para trás.

As novas rádios via Internet não serão mais apenas transmissoras de programas em áudio. Os internautas querem mais. Querem consultar arquivos, obter dados, ouvir programas já apresentados, comunicar-se com a direção da rádio, apresentadores, comentaristas e programadores. A nova rádio terá que desenvolver uma grande excelente quantidade de serviços se quiser que internautas-ouvintes estejam conectados (BARBEIRO & LIMA, 2001, p. 37 e 38).

O processo de digitalização também é e continuará sendo importante para a consolidação do meio rádio. Os primeiros testes para transmissões de rádio no sistema digital ocorreram nas comemorações dos 84 anos do rádio no Brasil, em 26 de setembro de 2005, segundo a Abert – Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão. O sistema de radiodifusão no Brasil foi instituído por meio da Portaria nº 290 de 30 de março de 2010 pelo Ministério das Comunicações e continua sendo estudado para escolha da tecnologia.

OBJETIVO

Além de promover um resgate histórico e cultural do folclore e suas manifestações ainda praticadas nos dias atuais, a série de reportagens “Folclore de Piracicaba: uma história viva!” tem como objetivo auxiliar na visibilidade dos grupos, comunidade e pessoas que se dedicam para manter viva essa forma de expressão popular.

Outra proposta é a de proporcionar um maior conhecimento da cidade de Piracicaba e seu povo, e até incitar a sociedade a pensar e se envolver, de certo modo, com as raízes de sua comunidade, de seu povo e de sua cultura. O rádio, nesse sentido, pode funcionar como grande difusor, por trabalhar com a imaginação e atingir as massas de modo geral.



JUSTIFICATIVA

A escolha por ser fazer uma série de reportagens em áudio a respeito das manifestações folclóricas e culturais da cidade de Piracicaba veio da necessidade de se divulgar e difundir essas experiências. Como já dito, Piracicaba preza ainda muitos pela manutenção de suas raízes e isso vem de encontro ao objetivo desse produto.

Prova disso é que muitos mitos, superstições, lendas ainda podem ser ouvidas por alguns moradores de bairros tradicionais do município. E um de seus cartões postais, o Rio Piracicaba, é o protagonista das principais histórias conhecidas da população. O próprio nome do município é inspirado no rio. Segundo constam alguns registros “Piracicaba” tem muitos significados, como destaca o escritor Prof. Guilherme Vitti, em Manual de História Piracicabana. “Vem-lhe o nome do rio que a atravessa, barulhento. Como vocábulo indígena que é, seu significado presta-se a várias interpretações” (VITTI, 2009, p.9). Ainda de acordo com o autor, entre outras definições, o nome Piracicaba, mais popularmente significa “Lugar onde o peixe para”.

A mídia radiofônica, para a proposta das reportagens seria mais viável e funcionaria como um elemento de estímulo para um conhecimento mais profundo da cultura como folclore ainda sobrevivente na sociedade, nosso principal objetivo.

Ao contrário da TV, que se utiliza da imagem como complemento, o rádio estimula o imaginário do ouvinte. “(...) a apresentação de uma imagem minimiza o uso da imaginação, a realidade não aciona fantasias” (ALBERTO DINES *apud*, MEDITSCH, 2001, p.11)

Para Chantler & Harris (1998), as reportagens especiais e documentários são a oportunidade de se aprofundar em algum tema. A matéria especial tem no mínimo uma sonora e pode ser lida no estúdio e utilizar alguma gravação como ilustração. O documentário pode ter várias sonoras e ter mais tempo de duração. Outra vantagem é que elas oferecem mais espaço para a criatividade, podendo-se usar efeitos sonoros e musicais junto com entrevistas. (CHANTLER & HARRIS, 1998, p. 165). Por isso essa foi a vertente eleita por nós.

E o rádio ainda está muito presente no cotidiano, apesar de todas as modificações que tem sofrido.

O rádio, apesar de ter mais de oitenta anos, ainda é um velho desconhecido. Isso pode soar estranho se levarmos em consideração os números desse veículo, que alcança 96% do território nacional, a maior cobertura entre todos os meios de



comunicação, com público aproximado de noventa milhões de ouvinte (JUNG, 2004, p. 13).

De acordo com informações contidas no estudo “Radiodifusão – Uma Abordagem Numérica”, formatado e organizado por Luis Roberto Antonik, Mestre em Gestão pela Escola Brasileira de Administração Pública do Rio de Janeiro (EBAP), e disponível no site da Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), a internet tem se colocado diante do serviço de rádio, como possibilidade de expansão. “Em quatro anos, o percentual de brasileiros de dez anos ou mais de idade que acessaram ao menos uma vez a Internet pelo computador aumentou 75,3% (...). Os números e os comentários são do PNAD/IBGE.

Ainda segundo o levantamento, o total dos municípios brasileiros com acesso ao serviço de rádio, provido por aparelho de rádio era de 88,1% em 2007 e passou para 88,9% em 2008. O rádio, entre os bens duráveis e serviços de acesso à comunicação, como rádio, TV, internet, entre outros, é o que mais tem proximidade com o indivíduo.

No estudo há números relativos a penetração do rádio ao longo dos anos na áreas urbana e rural, por exemplo, como apresentado no quadro abaixo, o que demonstra a grande utilização desse meio de comunicação.

%	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Urbana	89,0%	88,8%	88,7%	89,0%	89,2%	88,9%	89,0%	89,9%
Rural	82,4%	82,2%	82,8%	81,2%	81,6%	82,1%	82,8%	83,5%
Total	88,0%	87,9%	87,8%	87,8%	88,0%	87,9%	88,1%	88,9%

Fonte: “Radiodifusão – Uma Abordagem Numérica” – PNAD/IBGE



Assim também neste outro quadro, onde se pode perceber a evolução dos domicílios com rádio até o ano de 2008.

Evolução dos Domicílios com Rádio					
Ano	Nº absolutos	Posse (%)	Ano	Nº absolutos	Posse (%)
1970	10.386.763	58,9%	1999	38.512.646	89,9%
1980	19.203.666	76,2%	2000	39.107.479	89,9%
1990	29.993.272	84,3%	2001	40.926.160	88,1%
1991	30.592.474	84,4%	2002	42.223.640	87,9%
1992	30.791.400	84,9%	2003	43.647.140	87,8%
1993	31.442.592	85,1%	2004	45.439.130	87,8%
1994	33.232.055	86,6%	2005	46.740.320	88,0%
1995	34.606.922	88,9%	2006	48.002.190	87,9%
1996	35.915.062	90,4%	2007	49.639.060	88,1%
1997	36.712.634	90,3%	2008	51.168.173	88,9%
1998	37.839.881	90,5%			

Fonte: “Radiodifusão – Uma Abordagem Numérica”

Para a escolha do público alvo foi levado em conta o interesse por reportagens especiais e assuntos considerados mais aprofundados, se comparado a temas factuais. Assim como pensado no público de rádios com conteúdo jornalístico. Como é apontado no quadro abaixo os maiores públicos são somados, os das classes A e B.

Classe	Televisão	Rádio
A1	95%	86%
A2	96%	87%
B1	99%	88%
B2	99%	88%
C	99%	87%
D	97%	82%
E	85%	74%

Fonte: Mídia Dados 2008, publicação do Grupo de Mídia de São Paulo em “Radiodifusão – Uma Abordagem Numérica”

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A série de reportagens “Folclore de Piracicaba: uma história viva!” foi desenvolvido no 8º Semestre, como trabalho de conclusão do curso de Jornalismo do ISCA Faculdades, sob a orientação do professor Luiz Veloso. O tema foi idealizado pela comunhão de dois



interesses: divulgar os trabalhos realizados na cidade de Piracicaba para difusão de sua cultura e aliar a funcionalidade do rádio e sua perspicácia, com seu poder de inserção na massa, para apresentar esse produto a sociedade, como já ressaltado neste relatório.

Após escolhido o tema central e o veículo, as manifestações abordadas, neste caso, a Festa do Divino, o Cururu, o Batuque de Umbigada e a Festa da Polenta, foram escolhidos para serem descritos, por serem trabalhos que ainda são desenvolvidos periodicamente na cidade.

Além disso, para contribuir com o teor jornalístico da série foi pensada em uma outra vertente, a opinião de especialistas na área e que vivenciam o cotidiano de Piracicaba para avaliar a presença do folclore na cidade, e o que ainda poderia ser feito para que o resgate das raízes do município fosse mais eficaz.

Foi utilizada pesquisa em livros históricos de Piracicaba, documentos da Biblioteca Municipal de Piracicaba, de instituições como o IHGP – Instituto Histórico e Geográfico de Piracicaba, ACIPI – Associação Comercial e Industrial de Piracicaba, jornais antigos, sites da internet e colhidos depoimentos da população, das comunidades e pessoas envolvidas com cada uma das manifestações para gravação das sonoras e entrevistas, assim como também para construção dos textos de apoio e offs das reportagens que compõe a série.

A edição foi realizada pelos próprios autores, com auxílio do técnico de áudio da Rádio ISCA, e as trilhas utilizadas foram o “Hino de Piracicaba”, interpretada por Rolando Boldrin, e “O Rio de Piracicaba” com Almir Sater. As laudas também foram produzidas pelos autores.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A série de reportagens “Folclore de Piracicaba: uma história viva!” é composto por cinco reportagens de em média 3 minutos cada. A reportagem é sempre iniciada com um trecho do “Hino de Piracicaba”, interpretada por Rolando Boldrin e em seguida há uma apresentação inicial de um dos locutores chamando a matéria que falará sobre uma das manifestações folclóricas. Ao final de cada uma das reportagens, o repórter assina com seu nome e o locutor volta para apresentar qual será o tema da próxima reportagem, a ser veiculada em outra oportunidade, nesse caso, no dia seguinte.

A Festa do Divino há mais de 180 anos na cidade é popular e tradicional na cidade. Mistura festejos com religiosidade. Praticamente o evento tem duração de uma semana com



tríduos em homenagem ao Divino Espírito Santo, bênçãos das casas dos devotos e dos barcos que navegam com a bandeira do Divino no Rio Piracicaba, e festa aberta ao público.

O cururu é a música tipicamente caipira feita com rimas e versos e cantada pelos trovadores tradicionais, os cururueiros, acompanhados de violeiros. Piracicaba é um dos berços do bom e velho cururu. Existe até disputa entre os cantadores.

O Batuque de Umbigada é uma dança proveniente de tradições afros, e é praticada ainda por um grupo de Piracicaba que realiza o projeto Casa do Batuqueiro. A dança tem o ritmo ditado pelo som de instrumentos como o Tambu e o Quinjengue e tem seu ponto alto na “umbigada”, ato de o casal (sempre tem de ser um casal) tocar os umbigos durante os passos.

A Festa da polenta é também tradicional, e um dos eventos mais conhecidos da comunidade de Santa Olímpia, região que nasceu com a chegada de imigrantes tirolezes na cidade de Piracicaba. É uma festa familiar, com música típica, danças folclóricas, corais e quitutes feitos a base de polenta.

Cada reportagem traz elementos como sons ambientes, depoimentos de pessoas que trabalham e desenvolvem algum trabalho ligado àquela comunidade ou grupo que pratica a manifestação, além de músicas. Na 5ª e última reportagem o grupo procurou especialistas para que apresentassem suas opiniões a respeito da necessidade ou não de uma maior preocupação com o resgate do folclore e da cultura popular, em geral.

O produto pode ser veiculado em uma rádio jornalística, em um programa jornalístico ou radiojornal dividido em capítulos, um a cada dia da semana, por isso a opção pela realização de cinco reportagens. A veiculação, no entanto, pode ser feita também em forma de documentário, com a apresentação das reportagens seguidas de forma ininterrupta.

CONSIDERAÇÕES

A série de reportagens “Folclore de Piracicaba: uma história viva!”, além de proporcionar conhecimento sobre o folclore, trouxe o entendimento sobre o cotidiano da cidade de Piracicaba e também da região. Essas manifestações ainda realizadas pelo município mostram que há a possibilidade de se promover o resgate do passado e das raízes e tradições dos povos. Dessa forma, se contribui para o enriquecimento da cultura.

A realização do produto pode também auxiliar na divulgação e visibilidade das pessoas que trabalham para manter vivo o folclore e a cultura da cidade.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CHANTELER, P.; HARRIS, S.; **Radiojornalismo**. São Paulo: Sumus Editorial, 1998. 192 p.

Estudo Radiodifusão - Uma abordagem numérica. Associação Brasileiras das Emissoras de Rádio e Televisão, 2007. Disponível em <http://www.abert.org.br/site/index.php/?radiodifusao-uma-abordagem-numerica.html>. Acesso em: 15 de março de 2011

Grau de Urbanização – IPPLAP. Disponível em <http://www.ipplap.com.br/docs/Grau%20de%20Urbanizacao%20-%201980%20a%202010.pdf>. Acesso em 30 de março de 2011.

JUNG, M. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Ed. Contexto, 2004.

MEDITSCH, Eduardo. **O Rádio na era da informação**. Santa Catarina: Insular Ltda, 2001.

MEGALE, Nilza B. **Folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

PELLEGRINI FILHO, Américo; SANTOS, Yolanda L. **Antropologia Cultural & Folclore**. São Paulo: Olimpika, 1989.

VITTI, Guilherme. **Manual de História Piracicabana**. Piracicaba: Instituto Histórico e Geográfico de Piracicaba, 2009.