

O Fandango Caiçara à luz da Folkcomunicação: uma expressão popular híbrida, tradicional e contemporânea¹

Rodrigo Borges Pereira da Fonseca²

Thífani Postali³

Universidade de Sorocaba – Uniso

Resumo:

O estudo analisa o Fandango Caiçara como uma expressão folkcomunicação, a partir de Luiz Beltrão, e resultante do processo de hibridação, com base em Néstor García Canclini. O objetivo é compreender como o Fandango Caiçara, enquanto meio de comunicação popular, exemplifica na prática a dinâmica da hibridação cultural, refletindo interações entre o tradicional e o contemporâneo, o popular e o massivo. Como metodologia, realiza-se uma revisão de pesquisas de campo conduzidas pelos autores, complementada por uma análise bibliográfica sobre o tema.

Palavra-chave: Folkcomunicação; Cultura Popular; Hibridação, Identidade Caiçara; Fandango Caiçara.

TEXTO DO TRABALHO

Na obra “Culturas Híbridas”, Canclini (2019) propõe um novo entendimento para o conceito de hibridação, que não se limita aos termos tradicionais como miscigenação, fusão ou sincretismo. Para o autor, o híbrido também envolve conflitos, negociações e recriações constantes das identidades culturais de um povo, aspectos esses que não cabem em uma visão linear e homogênea da modernidade. Sua obra expõe uma visão dualista entre o tradicional e o moderno, destacando que a hibridação permite a interação entre esses polos. Assim, analisamos como o Fandango Caiçara contextualiza os processos propostos por Canclini, à luz da Folkcomunicação (Beltrão 1980).

O Fandango Caiçara é uma expressão artística e cultural composta por festas, música, dança e outras expressões e instrumentos produzidos de forma artesanal praticado em regiões litorâneas dos estados de São Paulo e Paraná. Tem sua origem na

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Bolsista CAPES. Membro do Grupo de Pesquisas em Comunicação Urbana e Práticas Decoloniais (CNPq/Uniso) e da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. E-mail: rodrigocataia@yahoo.com

³ Doutora em Multimeios pela Unicamp, professora Titular No Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba e diretora científica da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. E-mail: thifanipostali@gmail.com

miscigenação cultural europeia com influências diversas, uma vez que a prática cultural migrou para o Brasil a partir da colonização, ocasião que permitiu que os povos originários e africanos reinterpretassem as práticas artísticas, adaptando e acrescentando elementos de suas culturas. A partir da segunda metade do século XX, o Fandango passou a sofrer uma série de reveses que interferiram em sua prática, levando-o quase à extinção no final dos anos 1990. Um exemplo foi a exploração imobiliária, promovida por oligarcas que visavam a exploração econômica da região. Outros fatores também contribuíram para às mudanças, como as estéticas impostas pelos meios de comunicação de massa e o grande fluxo de turismo (Fonseca, et. Al, 2024).

No contexto da comunicação, a cultura fandanguera faz uso de expressões populares para comunicar sua história e manter presente, por meio da música e outras formas de comunicação, as práticas tradicionais. É sobretudo por meio das conversas com os líderes-comunicadores dos grupos e das letras das músicas que o público tem acesso a história e as práticas tradicionais da manifestação (Fonseca, et, al., 2024). Deste modo, o Fandango pode ser compreendido por meio da Folkcomunicação que se trata do “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (Beltrão, 1980, p. 24). São práticas culturais manifestadas por meios comunicacionais artesanais, denominados pelo autor como canais folk.

Hoje o Fandango busca novas maneiras de se inserir como uma prática ativa dentro da sua sociedade. Com o intuito de sobreviver, se apropria do contexto globalizante (indústria cultural, mercado, tecnologias digitais de comunicação), para adaptar suas práticas de modo que possa ser consumido e, assim, resistir na contemporaneidade. Nesse novo processo, o Fandango deixa de ser apenas uma festa familiar e comunitária para se tornar, também, um produto do mercado cultural. Sobre esse aspecto, Beltrão (1980) indica que os canais folk são compostos por manifestações coletivas e atos públicos promovidos por instituições próprias que misturam formas tradicionais à conteúdos atuais, como uma forma de resistir as mudanças sociais. Ou seja, a colocação de Beltrão converge com a de Canclini (2019) a respeito das transformações sociais e os processos híbridos. Como coloca Canclini (2019), o popular não é uma condição fixa e preexistente, mas sim uma construção resultante das relações de poder e dos processos históricos. O popular é constantemente reelaborado em diálogo com a modernidade e as forças

hegemônicas. Assim, o processo de transformação do Fandango, voltado para o mercado pode proporcionar um novo ciclo e a continuidade da prática cultural. Não se trata mais do mesmo Fandango de antes, mas em sua identidade carrega os elementos tradicionais em suas formas comunicativas e faz uso das tecnologias digitais de comunicação para produzir, armazenar e publicizar sua existência.

Referências

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4ª. Ed, São Paulo: USP, 2019.

FONSECA, R. B. P.; FONSECA, F. B. P.; POSTALI, T.; CABRERISSO, R.; GOMIDE, F.. **O Fandango Caiçara Paulista: Apontamentos de Viagem**. Veranópolis: 1ª ed. Diálogo Freiriano, 2024.