

Agreste na rua em tempos de pandemia da Covid-19¹

Cláudio Victor Amorim de Azevedo FERRAZ²
Sheila Borges de OLIVEIRA³

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada a partir da pergunta: como as festas populares de rua do Agreste de Pernambuco mantiveram as tradições na pandemia da Covid-19? Ela fez parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), de Comunicação Social, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Utilizamos como aporte teórico o conceito de casa e rua, de Da Matta (1984; 1997); de Folkcomunicação, de Beltrão (2004); de identidade, Bauman (2005); e de gêneros radiofônicos, de Barbosa Filho (2003). Na metodologia, usamos as etapas de produção de Prado (2006) para elaborarmos dois episódios, um deles sobre as festas juninas de Caruaru e o outro sobre a festa das Marocas de Belo Jardim.

Palavras-Chave: cultura popular; festas de rua; Agreste; Pernambuco; folkcomunicação;

INTRODUÇÃO

O projeto para a elaboração de dois programas de rádio, intitulado “Agreste na Rua em tempos de pandemia”, foi produzido como parte de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste (CAA), campus da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) em Caruaru, localizado na Região Agreste do Estado. Ele ganhou relevância porque, em meio à maior crise sanitária do Século XXI, com a pandemia da Covid-19, configurou-se como um documento em áudio de memória da cultura popular pernambucana, que buscou resistir naqueles dois primeiros anos mais duros da pandemia quando foram suspensas as festas de rua. A população, para evitar a contaminação pelo novo coronavírus, tinha que manter distanciamento físico, evitando aglomerações, suspendendo as festas de rua.

Impossibilitadas de acontecerem presencialmente e no seu espaço convencional, a rua, essas festividades buscaram diferentes formatos para que as tradições relacionadas à história de vida dos moradores da região fossem lembradas de alguma forma, mesmo que remotamente, pela internet. Por isso, escolhemos como conteúdo para os nossos programas de rádio, as novas formas de manifestação dessas tradições, adaptadas para

¹ Trabalho apresentado na IJ 04 Comunicação Audiovisual do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

² Graduado no Curso de Comunicação Social da UFPE, email: claudio.ferraz@ufpe.br.

³ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFPE, email: sheila.boliveira@ufpe.br.

um contexto de pandemia, decretada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em março de 2020. Nesse contexto, escolhemos duas festas populares, realizadas anualmente no Agreste pernambucano: as festas juninas de Caruaru e a das Marocas de Belo Jardim.

METODOLOGIA

Os programas, com uma média de 40 minutos de duração cada um, foram produzidos com base no gênero radiofônico educativo-cultural por trazer a difusão de um programa de caráter educativo com foco na cultura regional. Dentro disso, nos adequamos às características do formato documentário educativo-cultural. Barbosa Filho (2003) destaca a grande contribuição, que os programas, produzidos sob essa concepção, representam nas diversas abordagens de temas para a conquista da cidadania de seus ouvintes. Para ele, o gênero educativo-cultural se concretizou pelo emprego de diversos formatos em sua construção. Importamos, então, do gênero jornalístico, três subgêneros para dar conta da produção de nossos programas: a reportagem, a entrevista e a nota.

Os programas estão alinhados com os princípios e objetivos de uma emissora comunitária e/ou educativa, que valoriza a comunicação pública, plural e democrática ao passo em que busca dar visibilidade a temas da cultura local. Nesse sentido, os procedimentos para a produção radiofônica dos programas seguiram a metodologia proposta por Prado (2006), partindo da produção executiva, perpassando as etapas de pré-produção, produção dos roteiros, execução do programa até chegar à pós-produção. Os embasamentos teóricos e metodológicos adotados nos fez enxergar nosso objeto de pesquisa, as festas de rua do Agreste Pernambucano, pela ótica da folkcomunicação, com base em Beltrão (2004), como referencial integrante e indissociável desta busca pela compreensão e divulgação de tais festividades.

Portanto, pressupomos a aplicação de uma abordagem, no contexto prático, direcionada aos agentes envolvidos no processo cultural em questão, tal qual a utilizada por Beltrão na década de 60. Isso se deu dentro do campo da pesquisa qualitativa. Na produção, iniciamos com uma ampla pesquisa exploratória em mídias tradicionais e alternativas para verificar o que foi produzido sobre as festas na pandemia. Depois, selecionamos as fontes que seriam entrevistadas por meio de entrevistas em profundidade, sendo igualmente necessária uma revisão bibliográfica (DUARTE; BARROS, 2011, p.51).

Nos programas, mostramos que houve uma adaptação das festas para o formato on-line, envolvendo equipes locais, que mobilizaram artistas, técnicos e outros profissionais dependentes dessa cadeia produtiva. Por meio de transmissões virtuais, como no Youtube, as pessoas puderam se divertir, lembrar das datas festivas e colaborar com doações para os trabalhadores que sobrevivem das atividades culturais. Um setor que, com a pandemia, foi o primeiro a parar e o último a retornar às atividades.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Vários acontecimentos históricos revelam Pernambuco como importante polo regional. Eles fizeram com que o estado oferecesse de herança às atuais gerações essa memória histórica intensa e um vasto patrimônio cultural, resultante da interação de todos os agentes históricos que conviveram, ao longo do tempo nesse espaço que desmembrado, originou, inclusive, outros estados do Nordeste. Encontramos aí as bases do estabelecimento de um sentimento de pertencimento a este território, de nossa região, bem traduzido no conceito de pernambucanidade tido como “a valorização de uma identidade cultural, uma exaltação da tradição, amor a sua ‘pátria’, visto não apenas como um estado, mas uma nação, com costumes específicos de um povo que lutou pela restauração da ‘alma pernambucana’” (GADELHA, 2014, p.4).

Tal sentimento mostra a identidade cultural compartilhada entre essas pessoas, repassada de geração a geração, de modo que, ao se dizerem pernambucanas, elas não o fazem apenas com referência à uma divisão geopolítica e econômica contemporânea, mas, também, à cultura legada pelos seus antepassados. No tempo atual, representa os pernambucanos perante os demais brasileiros como uma identidade que lhes confere destaque e singularidade, sendo, portanto, necessário resistir pela sua sobrevivência num contexto de globalização cultural onde, cada vez mais, padrões culturais importados se sobrepõem a realidades locais (BAUMAN, 2004).

É fato que tudo o que, aqui fora relatado, contribuiu para a produção dessa complexa e ambígua identidade, estabelecendo uma caracterização do pernambucano, que se orgulha de suas origens e cultura local, tal como DaMatta (1984) defende no contexto de Brasil, enxergando na comida, na música, na arte, os elementos que reúnem os brasileiros no compartilhamento de uma nacionalidade.

As festas de rua reforçam essa característica identitária de um grupo social, enquanto coletividade. No Agreste de Pernambuco, registramos diversas delas, por meio

das manifestações culturais de 71 cidades, parte dessas festas relacionadas aos santos padroeiros dos municípios. Diante desse rico acervo, escolhemos, como conteúdo para os nossos programas de rádio o Ciclo das festas juninas em Caruaru e a Festa das Marocas em Belo Jardim. As duas manifestações culturais e populares se adaptaram, para o modo remoto, por meio da realização de lives na internet para manter pujantes as tradições. Elas são realizadas anualmente, respectivamente, nos meses de junho e de julho.

Dentro dos veículos utilizados pela grande mídia, encontramos no rádio um canal de comunicação de maior proximidade com o público, visto a localização mais regionalizada e em maior quantidade das emissoras se comparadas às de televisão, tal como defende Xavier (2005) considerando-o um veículo de fácil acessibilidade e penetração nas diversas classes sociais, propagador de ideologias e com ampla e consistente função pedagógica.

ANÁLISE

Nas duas festividades, elencadas para a gravação dos dois programas, percebemos que a Festa Junina de Caruaru, sendo mais antiga, serviu, inclusive, de referência para a Festa das Marocas de Belo Jardim. Esses moldes foram reproduzidos tanto na origem dos festejos quanto no surgimento do formato virtual e híbrido durante o período mais difícil da pandemia da Covid-19 entre março de 2020 e junho de 2022, quando as medidas começaram a ser flexibilizadas com o aumento da vacinação contra o novo coronavírus. A proximidade geográfica das cidades contribuiu para essa interação, tendo em vista que os públicos destas festas participam de ambos eventos. Isto se evidenciou tanto nas falas dos entrevistados quanto na observação de semelhanças entre os festejos.

Com a popularização e democratização cada vez maior do rádio, chegando na atualidade, aos tempos da convergência midiática defendida por Prata (2008), o rádio não desapareceu e está cada vez mais presente na vida das pessoas, acessível não só pelo antigo aparelho de rádio, mas, de acordo com Kischinhevsky (2016), ao se expandir para a internet, passou então a ser ouvido em celulares, televisores, computadores e outros aparelhos eletrônicos que transmitem o sinal de emissoras de rádios não mais somente comerciais, como no tempo de Beltrão, mas, também, educativas e comunitárias, primando nestes tipo de concessão, pela participação popular, inclusive na concepção e montagem de suas respectivas programações, tal como é preconizado por Beltrão como essencial ao processo folkcomunicacional e, portanto, sendo uma mídia tão pertinente à

disseminação dos conteúdos que optamos por salvaguardar através de nossos programas: as festas de rua durante a pandemia da Covid-19.

CONCLUSÃO

Essas novas formas adaptadas das festas de rua, que na pandemia ocorreram por meio de lives e ações restritas, envolveram equipes locais que mobilizaram artistas, técnicos e outros profissionais que sobrevivem financeiramente das festas de rua. Com as lives, que apresentavam shows, faziam sorteios de brindes e até promoviam arrecadação para ajudar a cadeia produtiva da cultura que estava parada. Assim, as pessoas puderam se divertir, lembrar das datas festivas e colaborar com doações para os trabalhadores do campo cultural. Um setor que, com a pandemia, foi o último a retomar suas atividades.

Os dois programas elaborados registraram a memória dessa fase difícil pelas ondas do rádio, documentando, por um lado, as dificuldades impostas pela pandemia e, por outro, as histórias, os costumes e as curiosidades das festividades realizadas de forma remota para que a tradição fosse mantida, apesar da crise sanitária que interrompeu precocemente a vida de muitos brasileiros. Os programas procuraram explicar as origens dessas manifestações em seus aspectos culturais, econômicos e simbólicos, sem deixar de lado os impactos sociais.

REFERÊNCIAS

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: Entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Ed. 1. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. Ed 1. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

DAMATTA . **O que faz o brasil, Brasil?** 1. Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

_____. **A Casa & A Rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5. Ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GADELHA, Fernanda Gabriela Romero. A apropriação do maracatu rural pernambucano pelo mercado cultural. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16, 2014. **Anais...** João Pessoa: INTERCOM. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1520-1.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2020.

KAPLÚN, Mario. **Produção de programas de rádio:** do roteiro à direção. Tradução Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti. Florianópolis: Insular, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Orgs.). **Pesquisa em comunicação:** metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

LUZ, Dioclécio. **Radiojornalismo nas Rádios Comunitárias:** Conceitos e Práticas. 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: <<https://repositorio.unb.br/handle/10482/8584>>. Acesso em: 03 out. 2020.

PRADO, Magaly. **Produção de Rádio:** Um manual prático. Rio de Janeiro-RJ: Elsevier, 2006.

PRATA, Nair. **Webrádio:** Novos gêneros, novas formas de interação. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf>. Acesso em: 03 out. 2020.

ROLDÃO, Ivete Cardoso. O Rádio Educativo no Brasil: uma reflexão sobre suas possibilidades e desafios. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29. 2006. **Anais...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/lista_autor.htm. Acesso em: 22 out. 2020.

XAVIER, Antônio Carlos. *A Linguagem do Rádio:* Estratégias Verbais do Comunicador. Recife: Editora Respel Ltda. 2005.