

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO

**FESTA DO TROPEIRO DE SILVEIRAS:
UMA ABORDAGEM FOLKCOMUNICACIONAL**

**BAURU
2012**

DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO

**FESTA DO TROPEIRO DE SILVEIRAS
UMA ABORDAGEM FOLKOMUNICACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” para obtenção do Título de Mestre em Comunicação Midiática, sob orientação do Prof. Dr. Pedro Celso Campos.

BAURU
2012

DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO
UNESP – BAURU

Botelho, Daira Renata Martins.

Festa do Tropeiro de Silveiras : uma abordagem folkcomunicação / Daira Renata Martins Botelho, 2012. 133 f. : il.

Orientador: Pedro Celso Campos

Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2012.

1. Comunicação. 2. Folkcomunicação. 3. Cultura. 4. Mídia. 5. Festa do Tropeiro. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado DE DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO DE BAURU.

Aos 24 dias do mês de agosto do ano de 2012, às 18:00 horas, no(a) Sala de Defesa dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. PEDRO CELSO CAMPOS do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. YUJI GUSHIKEN do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal de Mato Grosso, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE Mestrado de DAIRA RENATA MARTINS BOTELHO, intitulada "Festa do Tropeiro de Silveiras: uma abordagem folkcomunicação". Após a exposição, a discente foi argüida oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovado. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Prof. Dr. PEDRO CELSO CAMPOS



Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI



Prof. Dr. YUJI GUSHIKEN

Daira Renata Martins Botelho

FESTA DO TROPEIRO DE SILVEIRAS:
UMA ABORDAGEM FOLKCOMUNICACIONAL

Área de concentração: Comunicação Midiática
Linha de Pesquisa: Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais

Banca examinadora em 24 de agosto de 2012:

Presidente: Prof. Dr. Pedro Celso Campos
Instituição: FAAC – Universidade Estadual Paulista – UNESP

Titular: Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi
Instituição: FAAC – Universidade Estadual Paulista – UNESP

Titular: Prof. Dr. Yuji Gushiken
Instituição: Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT

Bauru, 24 de agosto de 2012

A Deus:

Por me manter firme na fé.

A minha amada família:

Meu suporte, minha vida e minha força!

Hoje composta também pelo meu amado marido:

um presente inesperado e que me enche de alegria todos os dias.

Por acreditarem em mim mais do que eu mesma, este trabalho é de vocês!

Aos queridos amigos:

Apesar das distâncias, sei que os verdadeiros permanecem.

À vida:

Essa criança brincalhona que, ao pregar suas peças e trazer suas surpresas, nos ensina a dar um passo de cada vez em busca da tão desejada felicidade.

Agradecimentos

Muitas vezes imaginamos nossas vidas diferentes, com outras pessoas, em outros lugares. Talvez porque o que não foi alcançado torne-se, aos nossos olhos, mais atrativo do que aquilo que realmente temos de concreto, de certo; ainda mais quando se tem um bichinho da dúvida – aquele danado! – remoendo e remoendo, revirando nossas memórias, sentimentos. Uma vez, quando fui cabisbaixa a uma consulta, o médico – de grande percepção, diga-se – disse-me que nossa mente é a responsável por nos sentirmos mal, é ela que é doente e faz com que a gente passe a vida se lamentando, mas nós não podemos deixá-la fazer isso. Dentre as várias coisas que ouvi naquele dia foi a forma de, como ele disse, “aprender a controlar minha mente”. Confesso que nunca procurei explicações filosóficas ou científicas para aquilo, mas hoje eu vejo como uma simples forma de autoavaliação constante. Naquele dia ele também me disse que foi um canal de Deus para falar comigo. Eu acreditei. E ainda acredito. Depois disso nunca mais fui a mesma.

Mas eu ainda tinha outra coisa muito importante para aprender. Em um trabalho *freelancer*, meu chefe, que sempre foi uma companhia divertidíssima, tinha seus momentos filosóficos. Em um deles, em meio a uma conversa, ele, ao me analisar psicologicamente, disse-me mais ou menos assim: “Você tem um olhar triste.”. E continuou: “Todo mundo passa por coisas ruins na vida, sei que você também passou, mesmo assim, o mais importante nessa vida é a gente aprender a ser grato, grato por tudo!”. Ele tinha ouvido isso de outra pessoa, que deve ter ouvido de outra pessoa e por aí vai – e viva a Folk! –, mas aquelas palavras fizeram o sentido que deveriam fazer em minha vida, e sei que muito do que eu vivo agora é graças a essas palavras que me fizeram olhar para trás e ver que tudo mudou a partir do momento que acalmei meu coração, agradei e acolhi de bom grado as coisas pelas quais todos nesse mundo temos que passar. Não é fácil para ninguém, mas o fardo fica mais leve quando, ao menos, se decide tentar.

Por esses e outros tantos acontecimentos meu primeiro agradecimento é para Deus, pois sei que tem colocado pessoas ótimas em minha vida, desde sempre, fazendo com que meu caminho se torne mais leve, talvez menos doloroso, mas que me ajudam a continuar, um passo de cada vez. Mesmo que demore, que eu tenha que voltar, mas as pessoas que Ele coloca em meu caminho estão sempre lá, ao meu lado. Além de todas as bênçãos possíveis!

Entre essas pessoas ótimas está minha família toda, sem exceção, pois sei que estarão comigo independente das adversidades e, também, para os momentos felizes como comemorar meu aniversário na casa da minha avó com aquela super lasanha, ou numa festa surpresa com bolo de nozes que eu tanto amo; no amigo secreto de final de ano que inclui todo mundo – até o cachorro! –, no prazer de vê-los torcendo pela minha felicidade como ninguém mais! Às minhas mães queridas, meu papito querido – e todos os meus pais nessa vida – meus primos malucos, aos tios todos, aos de sangue, aos de coração, àqueles que são meu coração e minha alma: eternamente, obrigada!

Os amigos dizem que eu estava revoltada com o amor, com os homens, era um pouco isso sim, mas, na verdade, chega uma hora que a gente pensa muito – mas muito mesmo! – antes de se envolver com alguém. Um primo me disse uma vez: “Você vai conhecer alguém e casar em menos de um ano!”. Profecia? Pode ser. Não acreditei, mas foi mais ou menos assim que aconteceu. E, de repente, “não mais que de repente” (citando Vinícius de Moraes), surge em minha vida uma pessoa especial! E aí tudo muda, como canta Leoni.

Já perguntaram a ele várias vezes: “O que foi que você fez pra mudar essa menina?”, ele ri. Seu nome é Deivid, e eu sei muito bem o que ele fez: abriu a porta do carro para mim no dia em que nos conhecemos; ficou comigo conversando horas e horas falando sobre nossas vidas, trabalho e até sobre Chaves; disse que minha mão era enrugadinha, mas depois se prontificou a pagar a conta do creme antirrugas; surpreendeu-me viajando quase 600 km pra me ver; considera nosso aniversário de “namoramento” o dia em que nos conhecemos; pediu-me em casamento na fila dos frios no supermercado; disse que já me amava enquanto eu insistia em dizer “te tudo”; deixou-me invadir sua casa e o seu coração; e desde o dia 16 de julho de 2011 me faz a mulher mais feliz do mundo todos os dias! Obrigada pelo carinho, pela amizade, cumplicidade, respeito, pelo seu amor e por tudo que ainda vamos viver juntos. Obrigada pelas broncas, por me consolar, por me fazer ver – sem dizer uma palavra! - o que eu preciso ou quero fazer, obrigada por cada sorriso e pelos beijos de bom dia antes de ir para o trabalho. Obrigada por me amar como sou e por estar sempre ao meu lado. Que Deus abençoe nossa união, nossas vidas, nosso caminho e nossa família que está se formando. Te amo!

Meus amigos, queridos e tantos... todos! Não há como mencionar um por um aqui, seria uma lista imensa e com grandes possibilidades de alguém ficar de fora – e não é meu objetivo causar a discórdia! Amo! Amo mais do que a mim!

Todos os amigos que não estão mais presentes fisicamente – seja pelo espaço geográfico, seja pela decisão celeste; aqueles que me enviam mensagens de bom dia, que me ligam só para um oi ou para meia-hora (dependendo da compatibilidade entre as operadoras de celular), que fazem questão de me ver, que sentem minha falta ou que estão comigo todos os dias; aqueles que, quando sentem saudade aparecem na minha casa ou dão um “alô” no meu perfil nas redes sociais; com os quais já dividi ou não um teto, e sei que não foi fácil aguentar minhas explosões de mau humor matinal ou repentino; aqueles com quem trabalhei; os de balada, os de estudos, os de vizinhança, de raves, de teatro, de comilança, de viagens, de descobertas; aqueles de amizade à primeira vista, conversa, briga, antipatia ou raiva – é, como eu disse, nem sempre é do jeito que a gente pensa que será! Tenho um pedaço de cada um de vocês dentro de mim e sou como sou hoje por causa de vocês – olha a responsabilidade! Para sempre, obrigada!

Universidade Estadual Paulista – UNESP de Bauru: minha casa, por muito tempo foi meu refúgio, mas ainda é meu lugar! Não poderia ter sido em outro lugar, nem em outro campus, nem em outra época. Desde o dia da matrícula da graduação, quando me perdi para achar o xerox, essa mini cidade tem um cantinho especial no meu coração.

Obrigada aos queridos professores com os quais pude aprender, dialogar, fazer festa, pegar uma carona, dançar... e poder constatar que, para alguns deles, “aluno não incomoda”. Aos queridos Helder e Silvio e a todos os funcionários desse PPGCOM pela dedicação, pelos puxões de orelha, pelas conversas e pelos lanches da tarde, por me aturarem na secretaria tantas vezes; vocês são muito queridos! Aos companheiros de graduação da turma de Comunicação Social – Jornalismo “Clarice Lispector”, aos nossos veteranos e aos veteranos dos veteranos! À turma de Mestrado de 2009, dentre os quais estão amigos mais do que queridos e à de 2010, minha turma de estudos, conversas, congressos, viagens (e não viagens!), da qual também levarei grandes e queridíssimos amigos!

À teoria que me chamou a atenção para pesquisa, fazendo com que eu mudasse de objeto, de foco. Obrigada, Folkcomunicação por me levar de volta as minhas origens e por me trazer duas das coisas que mais me dão prazer: a pesquisa e a cultura popular!

Agradeço imensamente aos membros da banca:

Prof. Dr. Pedro Celso Campos, responsável por uma das minhas paixões: Milan Kundera, autor do livro *A insustentável leveza do ser*, que li para nosso primeiro trabalho no curso de graduação. PCC,

como carinhosamente o chamamos, veio a ser meu orientador também no Mestrado, abraçando a teoria que escolhi e me apoiando em todos os momentos. Obrigada pelo carinho e pela dedicação!

Profa. Dra. Maria Cristina Gobbi, pelos conselhos, não só no âmbito acadêmico, mas em minha vida. Obrigada por ser sempre atenciosa, dedicada e por ser minha madrinha, amiga querida e a quem sei que posso recorrer nos momentos de sufoco! E sei que terão muitos ainda, pois de acordo com suas palavras, “a pesquisa nunca acaba!”.

Prof. Dr. Juarez Xavier, que esteve presente na banca de qualificação e disse-me que eu deveria seguir a minha paixão! Obrigada pelo incentivo e palavras de carinho, eles fizeram com que eu me apaixonasse novamente pela pesquisa!

Prof. Dr. Yuji Gushiken, um dos primeiros professores que me deu ouvidos quando falei da Festa do Tropeiro, em 2009, na XII Conferência Nacional de Folkcomunicação que aconteceu em Taubaté – SP, primeira edição da qual participei. Além dos conselhos, esteve sempre disponível para discutir meu objeto, seja por *e-mail*, seja nos encontros casuais nos congressos. Obrigada pela atenção, pela disponibilidade e dedicação e, enfim, por aceitar meu convite e estar conosco!

Obrigada à CAPES, pelo apoio e financiamento desta pesquisa.

BOTELHO, DAIRA RENATA MARTINS. **Festa do Tropeiro de Silveiras**: uma abordagem folkcomunicação. / Daira Renata Martins Botelho, 2012. 133 f. II. Dissertação de Mestrado (Comunicação). Bauru: UNESP.

Resumo

Idade mídia é o termo usado por Antônio C. Rubim para definir a sociedade contemporânea. Entretanto, apesar dessa imersão midiática, é possível encontrar manifestações que se mantêm vivas em meio a esse turbilhão de veículos de comunicação e informação; e é por meio da transmissão de conhecimentos, histórias e tradições que elas se perpetuam e podem ser vistas séculos depois de seu surgimento. A manifestação que ilustra a pesquisa é a Festa do Tropeiro que acontece há mais de 30 anos na cidade de Silveiras, interior de São Paulo. Nascida de um rancho tropeiro, Silveiras buscou, na história de sua origem, os elementos para ajudar a cidade a prosperar. A festa representa um organismo complexo de comunicação, pois tem influência social, econômica e organizacional, elementos sob os quais se dedicou esta pesquisa, com o objetivo de verificar como se dão tais relações com o poder público, a mídia e a comunidade. Por meio de observação participante, aplicação de questionário, análise qualitativa com dois jornais impressos e da técnica da entrevista, com embasamento na teoria da Folkcomunicação, pode-se perceber que a intermediação comunicacional permeia a festa, que se configura, na atualidade, como uma manifestação reinventada, com preservação de alguns traços existentes em seu surgimento; centrada nas relações de economia e mercado, com o objetivo de vender cultura como entretenimento e espetáculo; e o tropeiro vai sendo, gradativamente, suprimido por outros motivos tidos como modernos e mais atraentes para o público.

Palavras-chave: Comunicação, Folkcomunicação, Cultura, Mídia, Festa do Tropeiro.

Abstract

Age Media is the term used by Antonio C. Rubim to define contemporary society. However, despite this immersion media, you can find events that remain alive in the midst of this whirlwind of media and information, and it is through the transmission of knowledge, stories and traditions that they perpetuate centuries and can be seen after its emergence. The demonstration illustrates that research is the Festa do Tropeiro what happens over 30 years in the town of Silveiras, São Paulo. Born of a tropeiro's ranch, Silveiras sought in the history of its origin, the elements to help the city prosper. The party represents a complex organism of communication, it has influenced social, economic and organizational factors upon which was dedicated this research, in order to see how they give such relations with the government, the media and the community. Through participant observation, questionnaires, qualitative analysis with two newspapers and the interview technique, with grounding in the theory of folk communication, one can see that the mediation communication pervades the party, which constitutes, nowadays, as a manifestation reinvented, with preservation of some existing features in their appearance; focused on relations and market economy, aiming to sell culture as entertainment and spectacle, and the tropeiro being gradually suppressed for other reasons perceived as modern and more attractive to the public.

Keywords: Communication, Folkcommunication, Culture, Media, Festa do Tropeiro.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Globalização.....	26
Figura 2 – Mapa do Estado de São Paulo	36
Figura 3 – Ilustração tropeiros	45
Figura 4 – Mapa da região Sudeste	46
Figura 5 – Vista aérea da cidade de Silveiras	47
Figura 6 – Portal da cidade de Silveiras	50
Figura 7 – Pássaro em madeira	53
Figura 8 – Escultura da formiga Içá	53
Figura 9 – Sala dos Milagres do Santuário Nacional em Aparecida, SP	59
Figura 10 – Processo da Folkcomunicação	63
Figura 11 – Prato da comida tropeira	78
Figura 12 – Cartaz da 1º edição da Festa do Tropeiro – 1981	80
Figura 13 – Primeira edição da Festa do Tropeiro – 1981	81
Figura 14 – Desfile das Tropas da primeira edição da Festa do Tropeiro	81
Figura 15 – Cartaz de divulgação da cidade de Silveiras como cidade acolhedora ...	84
Figura 16 – Cartaz da 5º edição da Festa do Tropeiro – 1985	86
Figura 17 – Palco principal.....	89
Figura 18 – Apresentação de artistas de rua	89
Figura 19 – Missa sertaneja	90
Figura 20 – Rua que liga as praças de Silveiras	91
Figura 21 – Rua de acesso à Praça da Matriz	91
Figura 22 – Barraca de lanches	92
Figura 23 – Rancho do Tropeiro	93
Figura 24 – Preparação do almoço tropeiro	93
Figura 25 – Desfile das Tropas	95
Figura 26 – Desfile das Tropas	95
Figura 27 – Desfile das Tropas	96
Figura 28 – Desfile das Tropas	96
Figura 29 – Desfile das Tropas	97
Figura 30 – Desfile das Tropas	97
Figura 31 – Desfile das Tropas	98

Figura 32 – Fór-Mula	99
Figura 33 – Fór-Mula	99
Figura 34 – Fór-Mula	100
Figura 35 – Cartaz da 30º Festa Nacional do Tropeiro de 2011	102
Figura 36 – Uniforme	103
Figura 37 – Festa Divina	116
Figura 38 – Agenda	117
Figura 39 – Festejos retratados com as linhas	118
Figura 40 – É tempo de festas juninas. Aproveite!	118

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Abrangência	120
Quadro 2 – Propagação	121

Sumário

1. Introdução	18
2. Comunicação: da Sociedade de Massa à Idade Mídia	22
2.1. Globalização	25
2.2. Idade Mídia	29
3. Um “tiquinho” de história	33
3.1. O tropeiro	39
3.2. De rancho à cidade: Silveiras	45
3.3. Festa do Tropeiro	52
4. Um novo olhar: fundamentos teóricos	57
4.1. Folkcomunicação: contextualização	57
4.2. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados	62
4.3. A festa e suas nuances	67
5. A Festa do Tropeiro: organismo comunicacional	75
5.1. Primeira fase: a comunidade como protagonista	76
5.2. Segunda fase: poder público e atualização	87
5.3. Tradição x atualidade: conflitos e divergências	103
5.3.1. Estrutura	103
5.3.2. Público-alvo	106
5.3.3. Aspectos econômicos	107
5.3.4. Comunicação e mídia – Folkcomunicação e Folkmídia	108
6. Considerações finais	124
Referências	127

A leitura do mundo precede a leitura da palavra.

Paulo Freire

1. Introdução

É impossível negar a existência e a relevância dos meios de comunicação de massa. A disseminação, a evolução tecnológica dos veículos e a rapidez da informação nos dias atuais, fazem com que as pessoas estejam conectadas criando uma falsa ilusão de proximidade e de socialização que, mesmo que se dê via *internet*, por exemplo, não tem o caráter total e único da comunicação interpessoal.

Além da comunicação, as relações passaram a ter um patamar diferente, devido à influência dos contextos sociais das sociedades contemporâneas, em sua maioria, embasadas pelas relações de caráter econômico, fato potencializado pelo advento da globalização.

O interesse por manifestações que sejam voltadas para o indivíduo e sua cultura chama a atenção, pois através delas podem-se encontrar fortes indícios dessa comunicação interpessoal que não é valorizada pelos meios de comunicação de massa ou por algumas parcelas da sociedade.

O início desta pesquisa deu-se durante os estudos da pesquisadora como aluna especial no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática na Unesp de Bauru – instituição à qual é apresentada esta dissertação pela pesquisadora como aluna regular do Programa – no ano de 2009, ao tomar conhecimento da teoria da Folkcomunicação, que trata da comunicação existente nas manifestações populares. De início a Festa do Tropeiro de Silveiras foi considerada como cenário para a compreensão dessa troca de informações.

Com mais de 30 anos de existência, a Festa do Tropeiro acontece na cidade de Silveiras, situada na região do Vale do Paraíba, interior de São Paulo e recebe aproximadamente vinte vezes seu contingente populacional durante os dias do evento. Fato que também colaborou para enquadrá-la na pesquisa a fim de entender de que forma os visitantes chegavam à festa.

A pesquisa apresenta variados caminhos metodológicos como a pesquisa de observação participante realizada nos anos de 2010 e 2011 durante os dias da festa; pesquisa documental acerca do seu início; uso da técnica de entrevistas com as pessoas que presenciaram as primeiras edições da manifestação e com o poder público, hoje responsável pela organização da festa; pesquisa qualitativa em veículos de comunicação

para buscar indícios da festa e a possível relação estabelecida com a mídia; aplicação de questionário para conhecer sua abrangência e o modo pelo qual os visitantes ficaram sabendo da festa.

A Teoria da Folkcomunicação é o embasamento teórico central da pesquisa que tem como objetivo compreender as relações comunicacionais, além da trajetória da manifestação, considerando suas modificações, as relações com a comunidade e com o público que visita a cidade de Silveiras.

Ao lançar um primeiro olhar para a festa, o reconhecimento da participação da mídia mostrou-se praticamente nulo, no entanto, as análises levaram a outros caminhos. De forma que não é possível analisar uma manifestação cultural – neste caso, uma festa – de maneira isolada, já que ela não existe dessa forma na sociedade; é necessário observar seu entorno, os envolvidos direta e indiretamente para poder traçar o mapa das relações que ela estabelece e, assim, classificá-las.

Para tanto, a pesquisa traz os estudos folkcomunicacionais de Luiz Beltrão, Roberto Benjamin, José Marques de Melo, entre outros, voltando-os para a festa em si, a fim de aplicá-los às incidências encontradas na manifestação. As relações históricas, econômicas e sociais não foram desprezadas, afinal, a partir da Folkcomunicação é possível enquadrá-las no quadro comunicacional da festa, contextualizando-a ou explicando-a enquanto manifestação com suas mutações e especificidades.

A dissertação se desenvolve no segundo capítulo traçando os caminhos da comunicação, principalmente no Brasil, que viu seu modelo se modificar a partir da chegada da sociedade de massa e, posteriormente, da comunicação de massa, responsável pela uniformização no padrão da disseminação da informação. Finalmente, chega-se ao conceito de Idade Mídia, que indica a ambientação midiática na qual a sociedade contemporânea vive.

No terceiro capítulo há um mergulho na história do Brasil para mostrar a época do surgimento do tropeiro, personagem que deu origem à Festa do Tropeiro. O trajeto começa no Brasil Colônia e termina com a formação e constituição da cidade de Silveiras, bem como uma indicação do que é a festa e qual seu papel na história da cidade.

O capítulo que segue é o teórico: aborda a teoria que permeia o estudo – a Folkcomunicação – e faz um panorama sobre a festa enquanto manifestação cultural,

além de trazer sua classificação e sistematização, com indicativos para enquadrá-la segundo os autores pesquisados.

Tal enquadramento é feito no capítulo cinco. A análise se desenvolve baseada em quatro pilares: estrutura, público-alvo, aspectos econômicos e mídia e comunicação – folk mídia, e tem o objetivo de mostrar como a festa acontecia em seu início e como acontece hoje, observando a comunicação que permeia todo o processo e sua organização, bem como as variantes e peculiaridade que permeiam toda a história da Festa do Tropeiro.

Finalmente, a conclusão busca sintetizar os elementos encontrados e mostrar como as manifestações populares – neste caso, uma festa – estão inseridas no contexto da contemporaneidade.

O mundo é o que se vê de onde se está.

Milton Santos

2. Comunicação: da Sociedade de Massa à Idade Mídia

Antes de se chegar ao que confere legitimação a esta pesquisa – a comunicação existente na Festa do Tropeiro – é necessário fazer algumas considerações contextuais sobre a chamada “sociedade de massa”.

Costuma-se ter como um marco da implantação da sociedade de massa a segunda metade do século XIX, quando a Revolução Industrial concentrou enormes quantidades de pessoas em cidades ou regiões que lhes eram estranhas, forçando-as a abandonar os seus hábitos tradicionais e reduzindo-as a condições de vida uniformizada, em nível cultural medíocre (BELTRÃO, 1972, p. 9).

Ou seja, a massificação chega e transforma a sociedade pós-industrial em um grupo homogêneo, já que todos são inseridos em um contexto no qual o indivíduo passa a ser considerado pelo todo e não pela parte. O conceito de massa leva a crer que a sociedade é composta por uma “bola de pessoas”¹, todas iguais, que não buscam e não prezam sua individualidade. A formação desses indivíduos é única, desconsiderando totalmente suas particularidades, personalidade e, sobretudo, sua cultura.

A busca de autores, como Luiz Beltrão, em entender essa sociedade que se formou e que contribuiu para a contemporaneidade, levou a considerações pessimistas em relação ao indivíduo. O próprio Beltrão (1972) cita a urbanização, a industrialização, a concentração do poder econômico, político e militar e a burocratização como fatores que permitiram a distinção das características estruturais e psicológicas presentes na sociedade de massa, o que o levou a caracterizá-la por uma sociedade na qual os indivíduos não se conhecem, estão distantes e indiferentes uns dos outros.

Parecer semelhante e que reitera as características encontradas nos estudos de Beltrão pode ser visto nas pesquisas de Sandor Halebsky: “Em essência são populações socialmente isoladas, segmentos desarraigados e atomizados da sociedade, carentes de qualquer relação íntima de classe ou outras formas de grupos intermediários” (1978, p. 73), com indicação do autor para a dificuldade de mudança desse tipo de comportamento, pois, além do isolamento da sociedade de massa, é questionada pelo autor a possibilidade de associação e socialização entre indivíduos.

¹ Da autora.

As relações estabelecidas pela sociedade de massa levam os pesquisadores a uma sistematização das causas e efeitos relacionados com o povo que a ela pertence. Luiz Beltrão pesquisou e “sentiu” a sociedade de massa – e também os indivíduos que estavam aquém dessa –, através da qual tirou subsídios para compor sua própria teoria – que será mostrada adiante. O reconhecimento das características que compõem a sociedade de massa, com riqueza de detalhes e uma construção linear e coerente, resulta na seguinte formulação:

(...) identificam-se áreas e aspectos peculiares de uma sociedade de massa em grupos humanos em que surgem os seguintes elementos: 1) *vastas aglomerações*, constituídas de 2) *gentes heterogêneas* étnica, cultural e/ou socialmente distribuídas em 3) *largos territórios* e dedicadas a 4) *atividades diversificadas* de 5) *caráter tecnológico*. Essa massa tem 6) *condições de vidas similares* e 7) *centros de interesse comuns*, circunstâncias que lhe conferem 8) *nivelamento social* e 9) *maiores facilidades à existência*. O homem desse sistema social é 10) um *tipo*, antes que uma pessoa, mantendo com os outros simples 11) *relações de conveniência*, em face do próprio 12) *isolamento* e da 13) *ambição ilimitada* que sua fé na tecnologia e no desenvolvimento lhe inspira, não raro, conduzindo-o à 14) *indiferença* para com o outro, à 15) *alienação* dos problemas e situações da própria comunidade e até mesmo à 16) *frustração* mais completa. Impossibilitado de informar-se por si mesmo de tudo quanto interessa ao seu espírito, deixa-se guiar pela 17) *comunicação massiva* (indireta e abrangente), mergulhando num estado de 18) *vacuidade moral e intelectual* e de 19) *idolatria*, que o tornam 20) *disponível para o ativismo*, no sentido ditado pelos seus ídolos, ativismo que manifesta 21) *na expressão uniforme e no automatismo de suas reações* (BELTRÃO, 1972, p. 51)².

Beltrão traz vários termos como característica dessa nova sociedade, no entanto, o item que permeia esta pesquisa é a comunicação de massa. Foi a partir dela que se deu a construção de uma nova forma de informação, tal qual era direcionada para os indivíduos inseridos naquela massa específica e que necessitava de uma maneira particular de disseminação.

Historicamente, após a Revolução Industrial, as mudanças ocorrem em todos os âmbitos do indivíduo, mas uma informação importante para pensar a comunicação de massa se dá a partir do momento em que a jornada de trabalho é reduzida, pois, antes disso, o operário trabalhava de 14 a 16 horas, durante sete dias da semana, o que foi

² Grifos do autor.

reduzido para oito horas e para cinco dias da semana (BELTRÃO, 1972). Esse tempo ocioso do trabalhador tinha que ser preenchido.

Os meios de comunicação de massa foram apresentados de diversas formas e em épocas diferentes em cada território, já que a “civilização” chegou em datas diferentes a cada povo na Terra. Assim como as novas formas de vida que estavam se instalando, a comunicação de massa também foi, lentamente, apresentando-se aos indivíduos:

Na realidade, os meios de persuasão de massa constituíam um fenômeno completamente novo, desconhecido, do qual não havia ainda um conhecimento suficiente por parte do público, e o contexto social em que esses meios apareciam e eram usados era dos regimes totalitários ou de sociedade, que estavam se organizando em torno da superação das formas comunitárias precedentes, nas quais vastas massas de indivíduos eram – segundo tradições heterogêneas de pensamento, mas concordantes a esse respeito – representadas como atomizadas, alienadas, “primitivas” (WOLF, 2008, p. 11).

Os meios de comunicação de massa passaram a ser estudados pelos pesquisadores que procuravam entender o seu poder. De tais estudos, derivaram as teorias da comunicação que englobam, entre elas, a Teoria Hipodérmica, a Teoria Crítica, os Estudos Culturais, entre outros, seguidos de teorias acerca da produção jornalística como o *Newsmaking*, *Gatekeeper*, etc. (PENA, 2005; TRAQUINA, 2005; WOLF, 2008).

É interessante notar, na colocação de Wolf, a questão do totalitarismo, e, para exemplificar, no Brasil houve o uso feroz dos meios de comunicação como ferramentas de persuasão e contenção da população, como o rádio na Era Vargas (1930-1945). Como mídia de massa na época predominavam o rádio e o jornal, posteriormente, junta-se a esses a televisão, a partir da década de 50. Fato que levou Renato Ortiz (1995) a considerar a década de 1940 como marco do surgimento da sociedade de massa no Brasil.

Em uma dualidade, conforme Beltrão (1972, p. 43), o autor busca verificar como era realizada a comunicação nos dois extremos: a sociedade tradicional, que fazia uso da comunicação oral, nos “centros de informação”, como em locais nos quais as pessoas se reuniam ou nos encontros com outros indivíduos, privilegiando a conversa entre os amigos e conhecidos, pela qual era possível comentar sobre as notícias e sobre o cotidiano; e a sociedade de massa: permeada pelas técnicas e pela indústria midiática que uniformiza e direciona a comunicação.

Apesar de todos os pontos negativos encontrados nas falas dos autores citados – como apatia e isolamento das massas, para Beltrão, a sociedade de massa não se caracteriza como um período de todo ruim:

Como acreditar que a sociedade de massa produza apenas autômatos frustrados, se tem dado à humanidade maior número de pensadores e cientistas do que todos os períodos históricos anteriores reunidos; se tem proporcionado condições a que se realizem experiências sociais, políticas e econômicas com participação multinacional, cujos resultados já superam tudo quanto as grandes civilizações do passado efetivaram; se, em último e primeiro lugar, lega à juventude um patrimônio cultural inigualável, e com essa entrega lhe transfere a responsabilidade de sua guarda, manutenção e ampliação? (BELTRÃO, 1972, p. 55).

Para ajudar a entender o conceito de massa é conveniente estudar outro aspecto da sociedade, a globalização, fenômeno posterior à sociedade de massa e à comunicação de massa, que desencadeou processos importantes.

2.1. Globalização

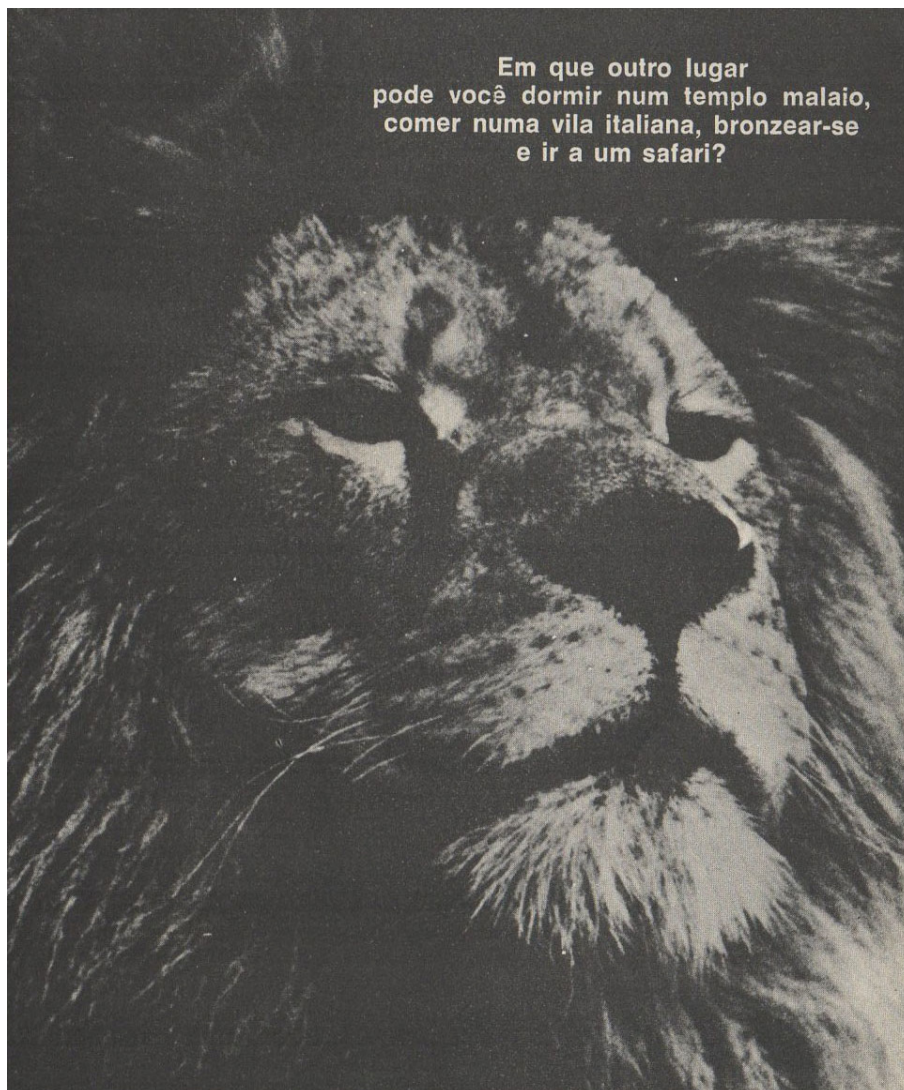


Figura 1.
Globalização.

In. MCLUHAN, Marshall; QUENTIN, Fiore. *Guerra e paz na aldeia global*. Rio de Janeiro: Record, 1971, p.187.

A globalização, fenômeno mais recente – segundo Hall (2002) e Schmidt (2004) teve seu surgimento entre 1970 e 1980; no entanto há divergência entre pesquisadores acerca da precisão da data, até porque, por tratar-se de um fenômeno, é de difícil definição e pontuação –, potencializou a massificação mundial, trazendo questões relacionadas à identidade e pertencimento, exploradas nos estudos de Néstor Garcia Canclini (1996, p. 61): “Vivemos um tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunidades fluídas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber”.

Os impactos citados por Canclini encontram uma resposta na formulação de Hall, que afirma que um dos pontos principais da globalização é a “compressão do

espaço-tempo”: “(...) a aceleração dos processos globais, de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância” (HALL, 2002, p. 69).

Nesse contexto, a globalização, com o auxílio das tecnologias de informação, trouxe novas características para o mundo: a potencialização das redes e da comunicação explode e os indivíduos estão cada vez mais conectados devido ao advento da tecnologia, que cresce exponencialmente; a possibilidade de maior interação entre os indivíduos dá à população a sensação de inclusão e participação nessa nova sociedade mundial; a oferta da cultura do outro, tornando o mundo multicultural (MARQUES DE MELO, 2008).

Diante do panorama que a globalização apresenta, é possível ser enfático ao dizer que não se trata, senão, de mais um conceito que remete à exclusão, já que está diretamente ligado ao capital. Questão exposta claramente nos estudos de Milton Santos (2001), nos quais o autor trata do fenômeno descrito acima como “Globalitarismo”, afirmando o caráter totalitário com o qual o novo sistema se instaurou na sociedade.

Já Hall traça indicativos acerca da globalização em relação ao aspecto geográfico, pois “a globalização é muito desigualmente distribuída ao redor do globo, entre regiões e entre diferentes estratos da população *dentro* das regiões.” (HALL, 2002, p. 78); além de afirmar que o fenômeno privilegia somente uma parte do mundo, chamando-o de “ocidentalista”, pois tudo o que é “compartilhado” vem do Ocidente.

Mesmo nos outros modelos sociais era possível encontrar os grandes níveis de desigualdade social – desde os códigos da escrita até a quem está ou não exposto aos meios de comunicação – porém, com a globalização, os pobres estão cada vez mais pobres e, com a ligação entre os cidadãos do mundo, pode-se ver, mesmo de longe, a pobreza – não somente material, mas de educação, saúde etc. – que assola o globo. Para demonstrar o efeito do sistema, Milton Santos apresenta três “tipos” de globalização:

- O mundo tal como nos fazem crer: a globalização como fábula – a sociedade vive num mundo de fantasia, no qual os indivíduos são levados a crer que estão interligados, com um pensamento crítico unificado e que são participantes da lógica social, através do

encurtamento das distâncias, a busca de uma cidadania universal que só faz pregar o consumismo exacerbado;

- O mundo como é: a globalização como perversidade – evidencia a questão da desigualdade social que assola a humanidade, centrada nas bases da unidade da técnica, a convergência dos momentos e o conhecimento do planeta.
- O mundo como pode ser: uma outra globalização – aqui o autor faz sua proposta para um sistema verdadeiramente humanitário, que possibilite a aparição do pensamento dessa nova mistura de povos que se constitui, em detrimento da cultura europeia imposta pelos colonizadores e pertinente até hoje; a existência de uma verdadeira multiplicidade social que leva em conta a cultura popular que emerge através da utilização do aparato técnico, antes privilégio das elites; o surgimento de um novo discurso que se faria pela universalidade empírica que o homem tem a capacidade de realizar (SANTOS, 2001, p. 20 – 21).

Com a avalanche de informação que a globalização possibilitou circular entre os povos, sob diversas formas e através dos vários meios de comunicação, vê-se o fenômeno da inserção dos indivíduos no universo dos fatos que correm o mundo. De acordo com Milton Santos, a informação passa a ser um instrumento no processo de Globalitarismo, de forma que a comunicação passa, antes de tudo, pelos processos capitalistas da nova forma de vida que se instala:

A chamada mídia, ela tem um papel de intermediação que a gente talvez não possa dizer que é inocente, mas não, não parte dela, realmente, ou não é dela o poder, o poder é de um pequeno número de agências internacionais da informação estreitamente ligadas ao mundo da produção material, ao mundo das finanças que controla, de maneira extremamente eficaz, a interpretação do que se está passando no mundo. E de uma forma que se torna clara quando a gente pega os jornais e vê a repetição quase que servil das mesmas fotografias, das mesmas manchetes, das mesmas ideias, dos mesmos debates que indicam que alguma coisa está por trás de tudo isso (SANTOS, 2006, 37’).

A informação não é tratada apenas como tal – o que já lhe incumbe responsabilidade e peso social – mas como mercadoria, o que acaba por deturpar sua

verdadeira função na sociedade. A formação de grandes empresas de comunicação e mídia que detém grande parte da veiculação do que é considerado notícia pelo mundo é inevitável e colabora para o aspecto citado acima: a hegemonia dos meios de comunicação – tanto financeira e economicamente, quanto ideologicamente.

Os conglomerados de comunicação não se configuram somente como os detentores da informação, mas também são responsáveis pela veiculação de ideias, de modos de vida, resultando no incentivo ao consumo, não apenas de bens materiais, mas de ideais de consumo. “Ou você ainda acha que ao entrar em uma loja Nike está comprando um tênis? Não, amigo. O que você está comprando é um estilo de vida, veiculado diariamente em todo o mundo” (PENA, 2010, p. 99).

É notório que a comunicação se transformou em empresa e a sociedade está envolta em informações, numa enxurrada de notícias e fatos que não são passíveis de absorver diariamente. Em consequência disso, alguns autores acreditam que a sociedade já passou pela sociedade da informação ou pelos eventos da aldeia global proposta por McLuhan, por exemplo. A sociedade está mergulhada, atualmente, na chamada “Idade Mídia”.

2.2. Idade Mídia

Vive-se a velocidade, a comunicação aliada à tecnologia para fazer com que a informação – e a própria comunicação – aconteça de forma instantânea. Os indivíduos estão em rede, conectados, realmente como uma aldeia global, no entanto, há o auxílio das tecnologias para alavancar esse processo. A sensação que se pode perceber é a inundação do dia-a-dia de informação: seja por intermédio dos meios de comunicação, seja por uma conversa com alguém que está do outro lado do mundo, seja com um familiar que está no outro cômodo, mas que fala com você pelo MSN.

Diante disso, a Idade Mídia diz respeito, sobretudo, à comunicação midiática, relacionando-a com as outras esferas da sociedade, já que esse tipo de comunicação “não só alcançou sua autonomia como passou a mediar todos os outros campos sociais” (BARBALHO, 2005, p. 35).

Apesar de apenas citar o termo em seu artigo, Barbalho mostra um indicativo eficiente na explicação do conceito. No entanto, foi o artigo do professor e pesquisador

da Universidade Federal da Bahia, Antonio Albino Canelas Rubim: *A contemporaneidade como idade mídia*, publicado na Revista Interface do ano de 2000, que subsidiou a fala sobre essa fase da comunicação. Em seu texto, Rubim trata da importância da compreensão do papel da comunicação, principalmente a midiática, no contexto da contemporaneidade e que essa mediação tem chamado atenção de diversos pesquisadores, não somente da área da comunicação.

Após traçar um panorama histórico embasado nas teorias como a da Sociedade em Rede, Aldeia Global, Sociedade da Informação, o autor faz referência à comunicação como ferramenta essencial para o entendimento da sociedade contemporânea que se encontra envolvida pela mídia: uma sociedade que tem como seu ambiente e estrutura, a comunicação.

A partir daí, Rubim traça o aspecto de envolvimento da comunicação, não como sedução, mas com o papel de inserção, ou seja, os indivíduos passam a estar inseridos nessa Idade Mídia, mesmo que involuntariamente. A comunicação faz parte do cotidiano, das relações, e é nomeada pelo autor como uma “onipresença tentacular”, que está em todos os aspectos da vida do indivíduo “como uma quase e segunda “natureza”, que traça a sociabilidade contemporânea” (RUBIM, 2000, p. 29). Ou seja, a forma como os indivíduos vivem, interagem uns com os outros, se informam, tudo está envolto pela esfera da comunicação feita e divulgada pelas mídias.

Para entender o conceito é preciso indicar aspectos traçados pelo próprio Rubim (2000, p. 29 – 30), mostrando componentes que levam a compreender, inclusive, a sociedade em geral. São oito itens responsáveis pela constituição do conceito de Idade Mídia.

O primeiro deles é a expansão da comunicação midiática, retratada pelo aumento da difusão da informação através dos aparatos tecnológicos e dos grandes conglomerados de comunicação que, no Brasil, tem crescido em números exponenciais. Esse crescimento é uma forma de verificar, de maneira concreta, o envolvimento da sociedade pela mídia e leva ao segundo componente do conceito: as novas formas de mídia apresentadas à sociedade que se diversificam e disseminam-se de maneira crescente.

Os itens três e quatro são complementares e dizem respeito ao papel que a mídia ocupa na vida dos indivíduos, o que pode ser constatado pela quantidade de horas que se gasta navegando na *internet* ou assistindo televisão, somada à influência dessa

cultura da mídia no cotidiano das pessoas, organizando e difundindo “socialmente comportamentos, percepções, sentimentos, ideários, valores etc.”, sobrepondo-a a cultura popular, por exemplo. Como consequência, o quinto elemento: as reverberações dessa comunicação na produção de sentido e da sensibilidade, tanto em caráter social, quanto individual.

O próximo ponto – de número seis – diz respeito ao privilégio das mídias como forma de publicidade, desconsiderando os outros espaços públicos de sociabilidade. As redes midiáticas mostram o sétimo item, pois elas são modificadas e direcionadas de forma temporal e espacial com o intuito de “forjar uma vida planetária e em tempo real”, levando o indivíduo à sensação de estar conectado ao resto do mundo, apenas pelo fato de se inserir nessa rede.

O oitavo e último item fala sobre economia, pois considera uma característica da Idade Mídia o crescimento dos setores voltados para a produção de informação, bem como os profissionais que atuam nessa área que, além de produzir conteúdo, também colaboram para a construção do consumo de bens simbólicos.

Mesmo extensa, a explicação de Rubim é de grande relevância, pois categoriza e sistematiza os elementos que caracterizam a sociedade da Idade Mídia, inclusive tratando de aspectos econômicos e sociais de influência direta em sua constituição. De forma bem simplória pode-se pensar que a comunicação se tornou um *habitat* natural, permeando as relações e transformando-as social e economicamente.

É nesse contexto social e comunicacional que se encontra a Festa do Tropeiro, mostrada com mais detalhes nos próximos capítulos.

*O tropeiro não goza prazer,
Sua vida contínuo penar;
Chega de tarde no rancho,
Que trabalho, meu Deus, vai me dar!
Comendo feijão com torresmo,
Escolher pra cama um lugar;
Triste vida do tropeiro, coitado.
É chegar a tropa do pasto,
Eu já ouço o cincerro tinir;
Couro em cima do lote,
Os cabrestos, já vou partir...
(De uma toada do norte de Minas)*

José Alípio Goulart

3. Um “tiquinho” de história

A história que envolve os caminhos desta dissertação tem sua origem no século XVII e o cenário é o Brasil Colônia. Durante a época dos engenhos e a produção de açúcar em grande escala no Nordeste do Brasil, o Estado de São Paulo não foi participante ativo da economia e do movimento de exportações para a Metrópole.

(...) a população paulista revolvía-se numa economia de pobreza. Não tendo grandes engenhos de açúcar, que eram a riqueza do tempo, tampouco tinham escravaria negra, e raramente um navio descia até o ancoradouro de São Vicente. Ao fim de um século e meio de implantação, os núcleos paulistas mais importantes eram arraiais de casebres de taipa ou adobe, cobertos de palha (RIBEIRO, 2006, 336).

É nesse ínterim que toda a economia volta-se para o Nordeste do país, pois todo o território que fica abaixo da capital – Salvador – não é levado em consideração pela Coroa, fato que faz com que a região se configure em matas a desbravar, um local com duas funções: captura de índios e destino de fuga dos escravos.

O movimento dos bandeirantes foi composto por homens responsáveis pela caça ao índio e pela captura de escravos negros que se embrenhavam pela mata para escapar do trabalho penoso nos engenhos. Os bandeirantes representaram, na história, um capítulo sangrento, de personagens extremamente violentos, lidando com a preação dos fugitivos até como forma de diversão, um *hobby*. Darcy Ribeiro mostra como a missão bandeirante tinha um caráter de opressão e extrema agressividade, pois, a esses homens é que se recorria quando os índios se mostravam resistentes à dominação ou quando havia uma rebelião dos escravos negros:

Desse modo, troços de guerra de chefes paulistas com sua indiada de combate andaram além dos sertões indevassados, que eram seu campo habitual de trabalho, por todas as regiões prósperas do país, empreitados para desalojar índios ou destruir quilombos. Alguns desses sinistros bandeirantes de contrato traziam de volta dessas batalhas, como prova de tarefa cumprida, milhares de pares de orelhas dos negros decapitados (RIBEIRO, 2006, p. 333).

Na empreitada dos bandeirantes de contrato, muitos caminhos foram abertos, transformando-se em estradas e possibilidade de formação de povoados, no entanto,

como esse não era o objetivo, os bandeirantes, na maioria das vezes, voltavam para o lar, nos engenhos de açúcar. Aluizio de Almeida reitera as palavras de Darcy Ribeiro ao mostrar a mesma realidade, afirmando que os bandeirantes eram

Chamados em meados do século XVII para destruir os índios bárbaros que impediam no Nordeste a civilização portuguesa, e, em seguida, para dar cabo dos quilombos dos Palmares, quistos que também a impediam, os bandeirantes paulistas deixam-se ficar por lá (...) (AMEIDA, 1971, p. 13).

Como colocado por Almeida, alguns dos bandeirantes acabavam por se fixar pelas estradas, fazendo morada em regiões distintas, tornando-se criadores de gado ou plantando lavouras. A partir daqui, pode-se encontrar traços da primeira mudança no cenário econômico-social da época, pois “formavam uma sociedade que, por ser mais pobre, era também mais igualitária, na qual senhores e índios cativos se entendiam antes como chefes e seus soldados, do que como amos e seus escravos” (RIBEIRO, 2006, p. 333).

Tratou-se dos bandeirantes para chegar ao protagonista desse capítulo, na verdade, para traçar uma relação de antagonismo entre os dois: bandeirante e tropeiro. Para chegar ao movimento tropeirista no Brasil, faz-se necessário ir ao ponto que corresponde ao surgimento dessa figura: o tempo áureo da mineração.

Nas andanças realizadas pelo movimento bandeirante, as trilhas, das quais resultava a caminhada, foram transformando-se em estradas –estradas rústicas e de difícil acesso – mas que resultavam em uma nova gama de possibilidades de exploração, tanto humana – em relação aos índios – quanto em busca de riquezas.

A grande esperança dos paulistas em suas entradas no sertão sempre foi deparar com minas de ouro, prata ou pedras preciosas. A tanto os apicava também a Coroa portuguesa, empenhada em que seu naco das Américas produzisse as riquezas que os espanhóis arrancavam do México e do Peru. Assim é que puderam alcançar apoio e até alguma ajuda oficial para as entradas que visavam a descoberta de metais preciosos (RIBEIRO, 2006, p. 336).

As entradas predatórias cumpriram seu objetivo e fizeram com que a Coroa dedicasse maior atenção à região do Vale do Paraíba – interior de São Paulo, que entrou

para o circuito econômico quando foi encontrado o primeiro vestígio de ouro na cidade de Taubaté, com pequenos indícios e em garimpos que não tinham quantias significativas, mas que instigaram à continuidade das buscas. Assim, foi encontrado o ouro tão esperado “pelos bandeirantes paulistas nas serranias do interior do país ao alvorecer do século XVIII, em Minas Gerais (1698), depois em Mato Grosso (1719) e, mais tarde, em Goiás (1725)” (RIBEIRO, 2006, p. 336).

A corrida para o garimpo das Minas se fez de forma desenfreada e desesperada, levando milhares de pessoas à região em busca de trabalho e riqueza, como se pode verificar nas palavras de André João Antonil:

Cada ano, vêm nas fronteiras quantidade de portugueses e de estrangeiros, para passarem às minas. Das cidades, vilas recôncavos e sertão do Brasil, vão brancos, pardos e pretos, e muitos índios, de que os paulistas se servem. A mistura é de toda condição de pessoas: homens e mulheres, moços e velhos, pobres e ricos, nobres e plebeus, seculares e clérigos, e religiosos de diversos institutos, muitos dos quais não têm no Brasil convento nem casa (ANTONIL, 1982, p. 167).

A partir desse relato, pode-se compreender a corrida em busca do ouro feita por todo tipo de pessoa que conseguia chegar à região aurífera. Sem condições de receber esse contingente populacional, as minas se tornaram um lugar de conflito e luta.

A escassez de recursos na região das Minas fez com que a situação se tornasse insustentável devido ao crescimento populacional vertiginoso. “Aqueles, considerando-se com maiores direitos, enquanto descobridores de toda a nova riqueza, lutavam contra a invasão dos baianos, pernambucanos e demais brasileiros, bem como contra os renóis atraídos para as minas” (RIBEIRO, 2006, p. 337 – 338). Como exemplo máximo dos embates está a Guerra dos Emboabas³ que aconteceu no ano de 1710 e é considerado o mais grave dos enfrentamentos que ocorreram nas minas.

A comunicação com o Rio de Janeiro – nessa época já elevada à capital do país – era feita através de dois caminhos que se traduzem no ponto chave para a elaboração desta pesquisa: “o Caminho Velho, que, das Minas Gerais, e passando por Guaratinguetá, descia ao porto de Paraty, e o Caminho Novo, que seguia por terra, de Lorena à fazenda de Santa Cruz” (MAIA; MAIA, 1981, p. 11).

³A descoberta das minas de ouro em Minas Gerais foi alvo de um conflito pelo direito à exploração das jazidas de ouro. Entre os anos de 1707 e 1709, instaurou-se a Guerra dos Emboabas, disputa travada entre bandeirantes, portugueses e migrantes do Brasil.

Cidades como Lorena e Guaratinguetá fazem parte do chamado Vale do Paraíba, região de grande importância na época – e até os dias atuais – por sua posição estratégica, pois está situada no eixo que liga os Estados do Rio de Janeiro e São Paulo, além de sua proximidade com Minas Gerais:

Durante os séculos XVII e principalmente no XVIII, essa plaga paulista teve importância fundamental como entroncamento de caminhos e estradas para se atingir os mercados das capitânicas do Rio de Janeiro e Minas Gerais. A viagem por essa área durante a época de maior produção de ouro das minas era praticamente obrigatória e feita pelo chamado “caminho velho”. O traçado do caminho era muito irregular e certamente derivado de alguma antiga picada aberta por índios e que passou a ser utilizado pelos colonizadores, bandeirantes e posteriormente, tropeiros (DANIELI, 2006, p. 65).

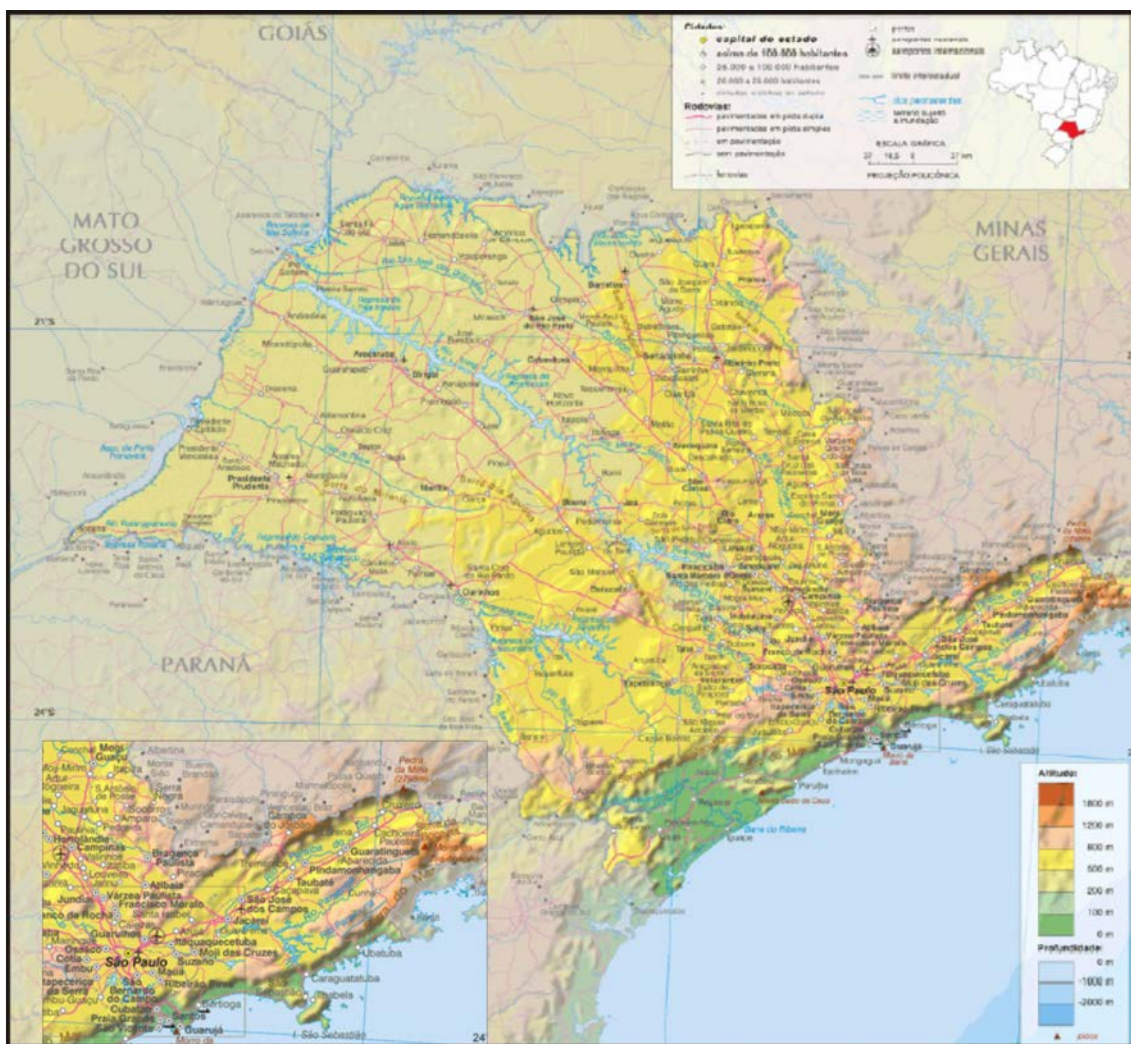


Figura 2.

Mapa do Estado de São Paulo.

Em destaque o Vale do Paraíba. Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/mapas/imagens/sp_mapa_gde.gif. Alterado pela autora. Acesso: mar/2012.

A figura do tropeiro passa a ser vista pelo país a partir dessa época, quando o ouro precisa ser levado da região das Minas Gerais, até o porto de Santos para que fosse enviado para Portugal.

Posteriormente, mesmo com o declínio da atividade aurífera, os tropeiros continuaram figurando no cenário nacional, devido à chegada da cana-de-açúcar e a necessidade do transporte também dessa carga. Entretanto, a região do Vale do Paraíba não teve tal cultura em grande escala. A região que se destacou nesse cultivo foi o chamado “quadrilátero do açúcar”: formado pelas cidades de Sorocaba, Piracicaba, Mogi-Guaçu e Jundiaí, mas que teve participação das cidades do entorno como Itu, Porto Feliz, Campinas, Mogi-Mirim. Franca, por exemplo; participou do processo como rota de escoamento da produção (DANIELI, 2006). O quadrilátero e seu entorno foram responsáveis pela implantação da cultura canavieira, bem como sua exportação.

Apesar de terem existido culturas como o algodão e o tabaco (RIBEIRO, 2006), na região do Vale do Paraíba, foram as fazendas de café que realmente tiveram relevância:

As vilas e cidades dessa região sempre tiveram uma função estratégica nos caminhos que levavam ao Rio de Janeiro e a Minas Gerais, porém, como uma aproximação maior da capital da colônia, as vilas de Taubaté, Guaratinguetá, Lorena, Jacareí e São José dos Campos floresceram em torno da produção de açúcar e posteriormente, já próximo à independência tornaram-se importantes centros produtores de café, produto que daria nova configuração econômica e social para a província de São Paulo e para o Império no século XIX (DANIELI, 2006, p. 66 – 67).

Ideia reforçada por Tom e Thereza Maia, pois afirmam que o Vale do Paraíba incorporou o trabalho do tropeiro como parte essencial nesse período da história. “Inicialmente foi o transporte do ouro e das riquezas das Gerais. Depois foi o muito café do Vale do Paraíba para os portos do litoral (...)” (MAIA; MAIA, 1981, p. 11), sendo o café um produto considerado de grande valia para a evolução brasileira do ponto de vista econômico.

Não foi só a realidade da região do Vale do Paraíba que mudou. O país também sofreu significativas alterações em seu sistema econômico-social, pois o sucesso que atingiu as lavouras de café somente se equipara ao dos engenhos açucareiros, tanto que o café foi responsável pela recolocação do Brasil como exportador – em relação à agricultura – e importador da incipiente produção de bens industriais. “Outro efeito da

cafeicultura foi modelar uma nova especialização produtiva e configurar outro modo de ser da sociedade brasileira” (RIBEIRO, 2006, p. 355).

As estradas iam se formando, mas somente em 1820 foi feito um levantamento sobre seus traçados que as definiram por:

1. Partindo da capital com destino à vila de Constituição (Piracicaba), rumo Oeste/Noroeste com 180 km, passando por Itu e Porto Feliz. Daí saíam as famosas canoas que pelo Tietê alcançavam o Mato Grosso;

2. Saindo de São Paulo com destino à Franca do Imperador (Franca), rumo Noroeste, passando por Jundiaí, Campinas, Mogi-Mirim, Casa Branca e Batatais, com cerca de 462 km;

3. Da capital até atingir Minas Gerais, rumo Norte, cujo trajeto passava pelas vilas de Juqueri, Atibaia e Bragança e perfazia 119 km;

4. Para a vila de Bananal, a partir de São Paulo, rumo Nordeste, passando por Mogi das Cruzes, Jacareí, São José dos Campos, Taubaté, Pindamonhangaba, Guaratinguetá, Lorena e Areias com extensão de 390 km;

5. Com destino à vila de Ubatuba, no litoral norte da capitania, passando por Santos, São Sebastião e Caraguatatuba num total de 280 km;

6. Partindo-se de Santos, em direção ao sul até Iguape, passando por Conceição de Itanhaém;

7. Rumo ao Paraná (Curitiba, na realidade, pois o Paraná desmembrou-se de São Paulo apenas em 1842). A partir da capital paulista, passava-se pelas vilas de Cutia, São Roque, Sorocaba, Itapetininga e Faxina (DANIELI, 2006, p. 75).

O tropeiro é parte essencial no processo de manutenção do sistema de comércio e exportação do Brasil, citado anteriormente, que se iniciou no século XVII e, “(...) como fato histórico paulista, a época do tropeiro de muares bravos e do tropeiro condutor de cargas a longas distâncias acabou neste século XX” (ALMEIDA, 1971, p. 19). Seu surgimento e seu declínio acompanharam a economia que se formava na época, assim como os fatos que a afetavam direta e indiretamente:

A supressão da escravatura afetou profundamente as plantações do norte; sobreveio a ruína da lavoura de algodão devido à concorrência da grande cultura algodoeira norte-americana; iniciou-se a decadência da indústria açucareira e da aguardente; as minas deram sinais de esgotamento. E mais do que tudo isso o trem de ferro deu o golpe

mortal nas tropas e acabou com as estradas de burros (GOULART, 1987, P. 160).

Dessa forma, pode-se perceber que o tropeiro surge de acordo com uma necessidade econômica, seu trabalho perpassa várias etapas importantes para o desenvolvimento do Brasil, mas, com a chegada do progresso, como cita Goulart, esses trabalhadores que cruzavam o país no lombo de suas mulas são forçados a se retirarem da cena, já que não há mais trabalho nem espaço para sua função, e, assim, resta a figura do tropeiro e sua trajetória como um capítulo na história do Brasil.

3.1. O tropeiro

A história desse viajante dos caminhos tortuosos do Brasil é um tanto quanto curiosa. De acordo com Aluizio de Almeida, o tropeiro teve sua origem fora do país. A grande maioria deles era castelhana, provenientes de regiões onde o movimento já era bastante presente como Buenos Aires-Tacuman, Potosí e Lima. “Foi com os castelhanos que os paulistas aprenderam a cuidar desse negócio de animais” (ALMEIDA, 1971, p. 16).

(...) tudo leva a crer que foram os castelhanos do Rio da Prata e do Peru os primeiros que inventaram não só a coisa, mas a palavra, porque as comunicações do litoral ou dos litorais com os Andes exigiram, antes do que no Brasil, grandes filas de cargueiros, especialmente os muares, por causa de sua maior capacidade do que os cavalos dos terrenos montanhosos (ALMEIDA, 1971, p. 37 – 38).

No caso brasileiro, os tropeiros adentraram o sertão com maior evidência na época da retirada do ouro das Minas Gerais e daquela região rica em metais preciosos. Apesar da riqueza, aparece um problema que foi a causa do surgimento do movimento e a sua implantação no território nacional, problema este explicado pelas palavras de José Alípio Goulart:

Na verdade, quando da corrida às fontes metálicas, não havia meio de transporte capaz de manter, com a regularidade necessária, o intercâmbio de produtos e de mercadorias necessárias à normalidade da vida dos contingentes humanos situados naquelas lonjuras. O carro de bois, a carroça ou outro qualquer veículo hipomóvel, não se podia

adaptar à escabrosidade topográfica que se interpõe entre aquelas áreas e a faixa marítima; e o cavalo não possui qualidades de cargueiro capazes de autorizar a sua utilização nesse mister sob pesos consideráveis e em longos percursos. Dessarte, o problema vital dos catadores de pedras preciosas, dos lavradores de veios auríferos, e de toda a gentilha que formigava nos socavões das minas era apenas um: *transporte* (GOULART, 1987, p. 28).

Ou seja, fez-se necessária a presença de um meio de transporte que fosse eficaz e mais rápido do que os escravos, pois, anteriormente, eram eles que percorriam as longas distâncias com as cargas nas costas. Foi então que se observou a inserção da mula como transporte viável para realizar tal tarefa: um animal forte (suportava quilos e quilos de carga), resistente (devido às intempéries, ao caminho sinuoso e às longas distâncias), relativamente dócil (algumas tinham que ser amansadas, mas depois de domadas não havia maiores problemas).

Sobre o lombo de suas mulas, os tropeiros passaram então a realizar o transporte e o comércio entre as vilas e cidades existentes e entre as que ainda estavam em vias de formação.

Como enfoque para esta pesquisa, tomam-se os tropeiros da região Sudeste, mais precisamente, a região do Vale do Paraíba, que “(...) foi propícia ao desenvolvimento do transporte a lombo de burro. Este evoluiria para as tropas, que, às centenas e milhares, por mais de três séculos traçaram as rotas entre as vilas, pousos e entrepostos” (MAIA; MAIA, 1981, p. 11). No entanto, se fará necessária alguma observação, vez ou outra, acerca dos tropeiros do país, evidentemente.

É interessante ressaltar, por exemplo, que o movimento tropeiro não se deu somente na região do Vale do Paraíba. O Norte do país também teve sua tropa, bem como a região Sul, responsável, durante muito tempo, pelo abastecimento de animais para a região Sudeste, comércio esse que foi totalmente voltado para a cidade de Sorocaba, na qual “(...) manadas numerosas, arrebanhadas nas campinas do Prata, vêm ter a terras de São Paulo e logo se escoam para outras direções depois de negociadas nas célebres feiras anuais de Sorocaba” (GOULART, 1987, p. 36).

Tidas como célebres, as Feiras de Burros aconteciam anualmente na cidade de Sorocaba, e eram responsáveis pela distribuição dos animais que fariam o transporte das preciosidades das Minas Gerais, por exemplo. A grandeza do evento chamava atenção

de tropeiros de todo o país, que viam na feira uma oportunidade de encontrar bons animais e formar uma boa tropa para as longas viagens.

Como citado, a escolha da mula não se deu de forma aleatória e a grande procura pelo animal fez com que a relação de oferta e procura tomasse conta dos negócios dos tropeiros, principalmente nas Feiras de Burros na cidade de Sorocaba, onde, “em 1802, um cavalo valia 6\$000, enquanto uma bêsta era vendida por 16\$000; em 1808, por 20\$000; e, na segunda metade do século XIX, já valia nada menos que 50\$000” (GOULART, 1987, p. 52). Tamanha foi a importância do tropeiro que seu meio de transporte – a mula – teve seu valor aumentado de acordo com a intensa procura pelo animal.

A vida do tropeiro era andar pelo Brasil afora, mas, para isso, era necessária uma estrutura muito bem elaborada e cuidada, para que não fossem pegos de surpresa pelo tempo, pela dificuldade das estradas ou por algum outro motivo que fizesse a tropa parar.

Tudo começava na constituição e no preparo da tropa. O cuidado com a busca pelos melhores animais e a preparação para enfrentar as adversidades dos caminhos; a necessidade de tropeiros experientes no tratamento com as mulas e com o armazenamento de mantimentos, itens de cozinha; a perspicácia de escolher o melhor lugar para o pouso, onde poderiam descansar; esses fatores eram imprescindíveis para que a tropa chegasse ao seu destino.

Pelas mãos do tropeiro é que se realizavam os afazeres e as ordens vinham do patrão, do chamado dono da tropa: um empresário de transporte que, por preço combinado, carregava suas mulas e partia com as encomendas pelas estradas difíceis, homem este constantemente requisitado, ansiosamente esperado, carinhosamente recebido pelos lugares onde passava (GOULART, 1987).

A estrutura de uma tropa variava de acordo com a necessidade das mercadorias a serem entregues e cada região também possuía uma característica acerca de sua tropa de muare. “A tropa dos paulistas tinha até 12 bêstas em cada lote e três, quatro e mais lotes. A hierarquia do tropeiro era esta: cozinheiro ao mesmo tempo madrinheiro; camarada ou peão; um para cada lote; arrieiro, para todos: capataz, patrão ou dono”⁴ (ALMEIDA, 1971, p. 74).

⁴ Interessa a esta pesquisa o conjunto dos tropeiros, a tropa em si, pois isso não se fez necessária a definição dos componentes da tropa. Para mais informações, no livro de Tom e Thereza Regina Maia, os autores realizam um estudo com depoimentos de tropeiros da região do Vale do Paraíba, especificando de forma completa a função de

Muitas peculiaridades cercam o universo tropeiro e os seus hábitos, que também eram determinados pelas condições das viagens. A rotina de uma tropa começava na madrugada – por volta das duas ou três horas da manhã – e seus componentes caminhavam até o meio-dia, quando muito até às duas horas da tarde, pois tinham que encontrar um pouso ou montar acampamento na beira da estrada antes de escurecer, para descansarem e estarem prontos na madrugada seguinte. A essa caminhada diária dá-se o nome de jornada.

Os pousos, elemento importante na composição desta pesquisa, ficavam “em uma fazenda, à beira da estrada. Era um grande rancho aberto, coberto de sapé ou telhas comuns. A seu lado, havia um grande cercado, onde os animais deveriam ser soltos para passar a noite” (MAIA; MAIA, 1981, p. 68). Essa era a hora em que os tropeiros se encarregavam de descarregar as mercadorias, cuidar das mulas feridas, tratá-las e dar-lhes de comer, e o madrinheiro era o responsável por preparar o jantar dos viajantes.

A dieta do tropeiro era restrita aos itens que não sofressem tanto com a ação do tempo. Goulart (1987) conta que, embora a dieta fosse farta, era escassa de diversidade, contando com artigos de primeira necessidade como carne-sêca, feijão, angu de milho, farinha de mandioca, torresmo e café com açúcar.

Na dieta dos tropeiros encontravam-se os elementos:

- **FEIJÃO:** a base da comida tropeira era essa leguminosa, rica fonte de proteínas. Cozido, geralmente, no dia anterior, utilizava a sobra da gordura onde fritavam o torresmo para fritar o tempero e um pouco de feijão, depois se deixava ferver, até secar bem. Sempre se misturava a farinha e torresmo picado. A tropa do Vale do Paraíba não utilizava muito o feijão preto, as especialidades mais conhecidas eram o feijão manteiga, pardinho e o siririca.

- **ARROZ:** primeiro fervia-se água com banha, sal e alho, carne de porco ou linguiça, depois se acrescentava o arroz. Outra variante é cozinhar o arroz – que tinha que estar no ponto de mole – junto com a carne seca.

- **TOUCINHO:** de grande importância, pois é de alto valor calórico e era o elemento que fornecia gordura para a tropa. Frito, é de sabor irresistível.

- CARNE SECA: também compunha o cardápio, por seu fácil manuseio e duração prolongada. Alimentos secos eram de fácil transporte e o salgar da carne conferia à mesma maior tempo para consumi-la.

- FARINHA: parte indispensável dos pratos tropeiros. De mandioca ou de milho, eram utilizadas para engrossar o feijão, compondo o famoso tutu.

- JACUBA: preparada com água, farinha de mandioca ou milho, rapadura ou mel para adoçar.

- CAFÉ: pó de preparo doméstico: retirada da casca, limpeza, para torrar adicionavam um pouco de rapadura raspada, depois de frio era socado no pilão: “É bom socá duas pessoas, praque vai ligeiro e o café não perde o cheiro” (MAIA; MAIA, 1981, p. 76).

- FRUTAS: eram utilizadas as que iam sendo encontradas ao longo da caminhada.

Um ponto curioso desses viajantes é a confraternização que existia entre os tropeiros nos ranchos de pouso. Eles se reuniam em volta da fogueira para contar “causos”, tocar e ouvir modas de viola. Mesmo nessas reuniões, os tropeiros não se desviavam de seu propósito, não tomavam bebida alcoólica, a cachaça que carregavam servia para evitar o resfriado depois de uma tempestade ou para misturar ao fumo com o intuito de curar mordidas de répteis. A bebida oficial do tropeiro era mesmo o café.

Das muitas paradas realizadas pelos tropeiros para o pouso, como citado acima, pequenas aglomerações de pessoas se formavam nas imediações dos ranchos onde os viajantes descansavam, o que levou à formação de diversas cidades, entre elas a que faz parte desta pesquisa – Silveiras.

Naquela época – período que compreende o final do século XVIII, quando os tropeiros atingiram notoriedade perante a sociedade brasileira – se o transporte era feito de forma precária, a comunicação entre as cidades e vilas que iam surgindo pelas estradas existia, porém, com grandes ressalvas devido à distância e à inexistência de um “veículo” de comunicação. É a partir daí que a relevância do tropeiro passa a ser foco para a pesquisa, pois,

Além de sua função característica de transportador, o tropeiro tornou-se indispensável em outras atividades. Era o emissário oficial. Era o correio e o transmissor de notícias. Era o intermediário de negócios. Era o portador de bilhetes, de recados, o aviador de encomendas e de receitas. Servindo onde parava ou por onde passava, ia êle prestando inestimável ajuda e prestimosos serviços aos que se haviam embrenhado nas vastidões sem fim dos sertões brasileiros (GOULART, 1987, p. 107).

Maia e Maia, Goulart, Ribeiro, e Almeida reforçam o caráter de “veículo comunicacional” do tropeiro, pois era ele o responsável, além do transporte, pela comunicação que se fazia entre as vilas e cidades que estavam por se formar. Nos escritos pode-se perceber a relação de proximidade que o tropeiro construiu com as comunidades locais e com a sociedade como um todo, pois era visto como um homem de responsabilidades, correto e sempre muito esperado por trazer as notícias das outras terras.

Ao indicar a característica comunicacional desse viajante, reitera-se que a comunicação não vem unicamente da mídia, mas começa pela comunicação oral, por isso a relevância da oralidade antes mesmo do surgimento dos veículos de comunicação, dos mais simples, até os mais sofisticados que se pode encontrar nos dias atuais.

Ficou claro para o estudo que o tropeiro, além de promover o transporte e realizar o comércio entre pousos, ranchos, vilas, também foi responsável pela comunicação – ciência que norteia a pesquisa – entre tais lugares, de forma que

Essa era uma parte importantíssima da ação social desenvolvida pelos tropeiros: a transmissão de informações orais que também são um cometimento de caráter social. O tropeiro era o telégrafo, era o jornal, era o rádio, porque era êle, ao regressar da Côte, quem levava as notícias mais frescas, eram “os primeiros a dar as últimas” pôsto que estar, ao serem transmitidas, já levavam obrigatòriamente um atraso muita vez de meses. Mas, sem a regularidade das viagens das tropas, as populações segregadas nos núcleos interiorizados ficariam praticamente incomunicáveis e só poderiam expedir e receber notícias em casos esporádicos (GOULART, 1987, p. 180).

A existência do tropeiro se mostra de grande impacto na sociedade do Brasil Colônia, que teve suas nuances e novidades refletidas no modo de vida e na construção de uma “rede” através do transporte e da comunicação, uma rede que foi de grande eficácia e eficiência para a época, como é possível notar na história da cidade de Silveiras.



Figura 3.

Ilustração tropeiros.

In: GOULART, José Alípio. *Tropas e tropeiros na formação do Brasil*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1987. p.173.

3.2. De rancho à cidade: Silveiras

A história sobre a qual se lança olhar a partir daqui diz respeito a uma cidade que fica no interior do Estado de São Paulo, na região do Vale do Paraíba que por sua privilegiada localização – situa-se entre o eixo Rio de Janeiro e São Paulo, também próxima de Minas Gerais – transformou-se em passagem obrigatória para os tropeiros.



Figura 4.

Mapa da região Sudeste.

Em destaque a divisão municipal do Vale do Paraíba. Mapas disponíveis em: <www.estadosecapitaisdobrasil.com> - Região Sudeste; <www.aparecida.com.br> - Imagem manipulada pela autora. Acesso: jun/2012.

Silveiras, devido a sua localização privilegiada no traçado da estrada, tornou-se um dos mais prósperos, escolhido pelo maior número de tropas que passava pelas redondezas (RIBEIRO, 2005, p. 28 – 29).

A diferença que era possível encontrar no Rancho dos Silveiras dizia respeito às melhores condições para os tropeiros em relação ao descanso e condições de abrigá-los, conseqüentemente as outras famílias não puderam competir com ele, afinal, o Rancho dos Silveiras não chegou primeiro, “mas fixou-se no lugar certo, um varjão de 200 braças de largura por mais de mil de comprimento, com um ribeirão no meio, próprio para a limpeza da terra, e com sete colinas em volta, fáceis trincheiras para se defenderem dos raros, (...) índios puris” (ALVES, 1980, p. 18).

De acordo com Alves, a família dos Silveiras é proveniente da mesma região do Vale do Paraíba, a cidade de Guaratinguetá.

A família Silveiras deve ter vindo de Guaratinguetá, porque a viúva Maria Motta de Jesus, guaratinguetaense, é quem tomou conta do terreno onde é hoje a cidade. Seu marido chamava-se Antônio da Silveira Guimarães, mas os filhos eram os Silveiras, nome que adotaram como principal, abandonando o Guimarães (ALVES, 1980, p. 19 – 20).

O Rancho dos Silveiras foi o principal de seu entorno. Considerada a região favorita dos tropeiros da época, Silveiras viu seu crescimento de forma exponencial: conseguiu prosperar e se tornar “um bairro muito rico e podia confiar no futuro. Aliás, nessa época, Silveiras não era menor que as vilas que a rodeavam. E já tinha sua sociedade, seus prédios, sua elite – em formação, sim, mas elite” (ALVES, 1980, p. 56).

Marcada pela trajetória dos tropeiros desde o século XVIII, por conta da rota para as Minas Gerais, com a queda da produção das jazidas, outro produto toma conta do Brasil: o café, item que determina a continuação e consolidação de Silveiras no século XIX. A importância da região é notável, chegando a ser a 4º maior população do Vale do Paraíba nesse período.

A participação da cidade na história do país também consta nos livros em relação aos processos de revolução. Desde o surgimento até seu reconhecimento como cidade, Silveiras participou efetivamente de duas revoluções que deixaram marcas profundas na cidade: a Revolução de 1842, a chamada Revolução Liberal, na qual as províncias de São Paulo e Minas Gerais articularam-se com o intuito de impedir a tomada do poder pelo Partido Conservador. Silveiras lutou junto com os Liberais, fato

que culminou no atraso de seu reconhecimento como Vila, pois os vencedores da revolução, os Conservadores, conseguiram tomar o poder e agiram com represálias em relação aos seus opositores. Sem contar que as consequências ao patrimônio da cidade foram desastrosas, fato que fez com que Silveiras levasse aproximadamente dois anos para se reerguer e se reconstruir.

A Revolução Constitucionalista de 1932 também faz parte da história da cidade, pois contou com combatentes Silveirenses em sua tropa. O movimento era contra o governo provisório de Getúlio Vargas e lutava pela promulgação de uma nova constituição.

Nas palavras a seguir é possível identificar um relato pessoal e inflamado sobre os acontecimentos desse levante, principalmente no que tange a participação dos soldados silveirenses, bem como a configuração da cidade pós-revolução:

A 9 de julho S. Paulo se levanta contra Getulio Vargas, o Ditador prometera uma constituição para o Brasil, mas deixava o tempo passar. Logo na manhã de 12 de julho – 90 anos depois da Revolução Liberal – Silveiras via passar milhares de soldados por suas ruas. Primeiro os soldados da Força Pública, depois os civis armados. Dirigiam-se para o Rio de Janeiro, mas pararam pouco além de São José do Barreiro. Combates renhidos, centenas de mortos de lado a lado, muito entusiasmo, muita esperança, mas o Governo era bem mais forte. O Rio Grande e Minas não vieram para o nosso lado. Um mês depois começaram as retiradas e o General Góis Monteiro ia nos apertando de todos os lados. “S. Paulo era uma ilha de heroísmo”. Muitos silveirenses tomaram parte nos batalhões patrióticos. (...) Silveiras foi saqueada, bombardeada, teve casas destruídas e o povo, em meados de setembro, foi intimado a deixar a cidade. (...) Terminada a luta os vencedores mandaram distribuir viveres e roupas para os que voltavam. Começamos vida nova, comprando tudo novo, inclusive moveis, pois o que havia ficado em casa foi totalmente destruído. Todas as casas foram saqueadas. Algumas inteiramente incendiadas. Silveiras foi mais uma vez invadida e inteiramente despojada de tudo o que possuía (ALVES, 1980, p. 104).

Através das palavras de José de Miranda Alves pode-se ter uma ideia de como as revoluções, em especial a de 1932, tiveram consequências trágicas para a cidade.

Em meio a todos os acontecimentos que acometeram a região, Silveiras passou pelos estágios de bairro, freguesia, vila, e no ano de 1864, Silveiras recebe o título de cidade.



Figura 6.

Portal da cidade de Silveiras.

Disponível em: <<http://silveiras.sp.gov.br/>>. Acesso: jan/2012.

Um capítulo importante na história de Silveiras, assim como de várias cidades do Vale do Paraíba, diz respeito a um autor da região: Monteiro Lobato. Ícone da literatura infantil, Lobato também tem obras consideradas para adultos, dentre elas o livro intitulado: Cidades Mortas.

Visto por Ocílio Ferraz⁵ como uma tentativa de denunciar o que ocorria na região para a elite – sobretudo porque somente a elite sabia ler – mas também rebatido por alguns pesquisadores que o consideram preconceituoso e eugenista.

O contexto histórico que chamou a atenção para este livro remete às fases pelas quais passaram os habitantes da região do Vale do Paraíba, tais como Silveiras, que não conseguiram manter as riquezas dos tempos áureos do ouro e, posteriormente, do café.

As palavras do autor são duras – apesar de as histórias estarem escritas em forma de contos, mostram uma região em decadência e sem perspectiva de mudança, para ele, as cidades estariam fadadas ao esquecimento, pois não fizeram parte do processo de industrialização, tal como ocorreu em cidades maiores como São José dos Campos, por exemplo, fato que determinou o marasmo e a inércia das cidades, tidas como mortas – para o autor, assim como no título de seu livro.

⁵ Ocílio Ferraz é silveirense, professor e sociólogo.

A quem em nossa terra percorre tais e tais zonas, vivas outrora, hoje mortas, ou em via disso, tolhidas de insanável caquexia, uma verdade, que é um desconsolo, ressurgue de tantas ruínas: nosso progresso é nômade e sujeito a paralisias súbitas. Radica-se mal. Conjugado a um grupo de fatores sempre os mesmos, reflue com eles duma região para outra. Não emite peão. Progresso de cigano, vive acampado. Emigra, deixando atrás de si um rastilho de taperas.

A uberdade nativa do solo é o fator que condiciona. Mas a uberdade se esvai, pela reiterada sucção de uma seiva não recomposta, como no velho mundo, pelo adubo, o desenvolvimento da zona esmorece, foge dela o capital – e com ele os homens fortes, aptos para o trabalho. E lentamente cai a tapera nas almas e nas coisas.

Em S. Paulo temos perfeito exemplo disso na depressão profunda que entorpece boa parte do chamado Norte.

Ali tudo foi, nada é. Não se conjugam verbos no presente. Tudo é pretérito.

Um tanto de cidades moribundas arrastam um tivo decrépito, gasto em chorar na mesquinhez de hoje as saudosas grandezas de dantes (LOBATO, 1955, p. 3).

O trecho acima evidencia – de forma um tanto quanto radical – a situação das cidades que sofreram com o esquecimento após a industrialização da região, assim como aconteceu com os tropeiros, que foram substituídos pela malha ferroviária que chegou ao país no final do século XVIII. Uma das cidades chamadas de morta por Monteiro Lobato foi Silveiras, visto que também ficou à margem da industrialização da região do Vale do Paraíba.

Atualmente, Silveiras é um município de 415 km², com população de 5.786 habitantes⁶, sua atividade econômica compreende a pecuária leiteira, agricultura e o artesanato⁷. É conhecida por sua tradição e pelas festas de cunho popular, como a Festa da Broa, que chegou a ser noticiada no Globo Rural em 15 de agosto de 2010⁸, bem como a culinária do Içá – uma formiga que sai de seu esconderijo entre outubro e novembro sendo a fêmea da espécie caçada e preparada como prato de sabor muito bom. O tema também atraiu a mídia e é possível encontrar vídeos do programa Mais Você da Rede Globo⁹ e, também, no programa Sua Viagem¹⁰ da TV Aparecida.

⁶ Dados da cidade de Silveiras disponíveis no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE Cidades@, incluindo área, população, gráficos sobre escolaridade, casamentos, óbitos, etc. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=355200#>>. Acesso: jan/2012. Os dados mais recentes foram encontrados também no site do IBGE, com informações referentes ao Censo 2010 de todas as cidades do Brasil. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=35>. Acesso: jan/2012.

⁷ Informações disponíveis no site da prefeitura municipal de Silveiras: <<http://silveiras.sp.gov.br/>>. Acesso: jan/2012.

⁸ Matéria disponível no site: <<http://globotv.globo.com/rede-globo/globo-rural/v/conheca-a-festa-da-broa-no-interior-de-sao-paulo/1318405/>>. Acesso: set/2010.

⁹ Disponível em: <<http://maisvoce.globo.com/MaisVoce/0..MUL1677503-10345.00.html>>. Acesso: mar/2012.

3.3. Festa do Tropeiro de Silveiras

O movimento tropeirista, assim chamado pelos moradores da cidade de Silveiras, começou no final da década de 70, com objetivo muito simples: “trazer as pessoas pra nossa cidade” (INFORMAÇÃO VERBAL)¹¹.

Por meio das entrevistas realizadas, é possível notar duas informações distintas, mas que acabam por se complementar. O professor e historiador Ocílio Ferraz conta que o início do movimento tropeirista – do qual fez parte ativamente nos primeiros anos – deu-se pela vontade de levar a cultura tropeira, a cultura na qual a cidade tem suas raízes e sua fundação, para as novas gerações e, também, para a região, a fim de desenvolver o orgulho dos moradores em relação ao tropeirismo, tido como sua origem.

Já o tropeiro Jerônimo Costa afirma que a intenção de fazer a festa era para angariar fundos para a construção da Santa Casa da cidade, que não possuía atendimento médico, somente nas cidades vizinhas. De qualquer forma, pode-se compreender que o sentimento que envolve as duas falas é o de reconstrução, seja de forma física, seja de forma a ressaltar a identidade perdida, utilizando, para isso, o personagem do tropeiro.

O início do movimento que culminou na Festa do Tropeiro foi a chamada Silveirarte, uma feira de artesanato que foi realizada de 1979 a 1981, na qual era mostrado o artesanato produzido na cidade, muitos deles, artefatos em madeira como passarinhos, por exemplo, que podem ser encontrados em toda a cidade nos dias de hoje.

Ocílio Ferraz e Jerônimo Costa consideram a atividade de extrema importância para o desenvolvimento da cidade, que possui vários ateliês de artesanato, empregando muitos moradores e movimentando a economia de Silveiras. “Não tem ninguém pedindo, mendigando e o artesanato tem grande contribuição nesse sentido, todos conseguem se virar por causa do artesanato” (INFORMAÇÃO VERBAL)¹².

¹⁰ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=99ILaOc04G0>. Acesso: mar/2012.

¹¹ Palavras de Jerônimo Costa, tropeiro. Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 na casa do entrevistado, na cidade de Silveiras.

¹² Palavras de Ocílio Ferraz, professor e sociólogo. Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/ 2012 no restaurante de propriedade do entrevistado, na cidade de Silveiras.

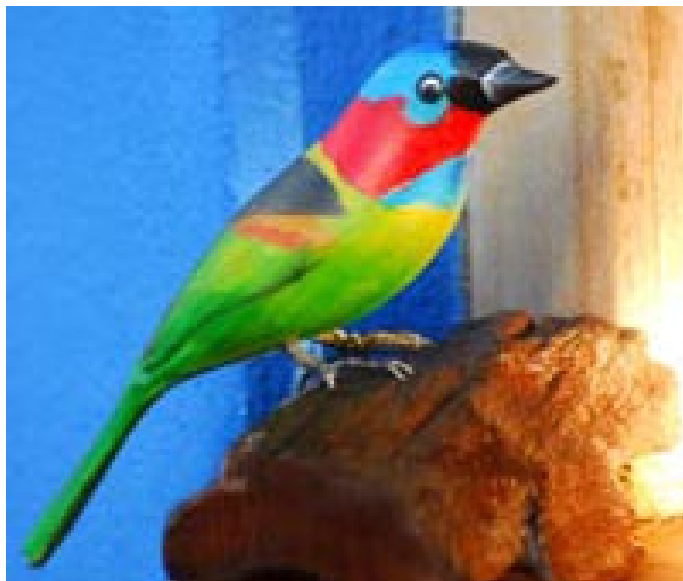


Figura 7.

Pássaro em madeira.

Disponível em <<http://www.entrenoparaiso.com/historia.html>>. Acesso: fev/2012.



Figura 8.

Escultura da formiga Içá.

Presente recebido por Oclio Ferraz. Da autora. mar/2012.

Jerônimo conta que, no ano de 1980, aconteceu um *Rally* de Carroça, com algumas pessoas que faziam a representação do tropeirismo na praça da cidade, apresentando, também, a comida do tropeiro. “E se nois desfilar com uma tropa?”, essa foi a sugestão do Seu Jerônimo para celebrar o aniversário da cidade, e no dia 28 de

fevereiro de 1980 foi feito o desfile das tropas, evento que se tornou o berço da Festa do Tropeiro de Silveiras, ideia que partiu de Ocílio Ferraz.

É pertinente fazer algumas observações acerca do desenvolvimento da festa. O grupo que deu início à atividade do tropeirismo por meio da festa não tinha intuito de lucro, segundo as palavras de Jerônimo. O objetivo era ajudar na construção – real e moral – da cidade.

O grupo se reunia para fazer a comida, a música ficava por conta dos violeiros e sertanejos que gostavam da música de raiz e tinha a oportunidade de tocar para todo o povo presente, os organizadores eram extremamente rígidos quanto aos elementos da festa. O tratamento dado à festa tinha um caráter de prosa, da conversa em volta do fogo. Os violeiros e cantores que se apresentavam não faziam uso de microfones, a voz era só de “gogó”, não havia a contratação de “artistas”, “(...) era só chegar e pedir pra tocar”, diz Jerônimo.

No entanto, os tropeiros não contavam com o sucesso, como conta Jerônimo: “a gente construiu a Santa Casa com o dinheiro que conseguimos com a Festa, e o pessoal não queria que a gente parasse! Nós continuamos fazendo e também ajudamos a construir a creche da cidade” (INFORMAÇÃO VERBAL)¹³.

Jerônimo participou ativamente da festa durante 16 anos, na realização da organização – composta, em seu início pelos quatro tropeiros: Nenê Emboava, João Mequeco e Tião Batista, sendo que os dois últimos abandonaram a função, restando Nenê Emboava e Jerônimo. Dos nomes citados, Jerônimo é o único tropeiro vivo, que até pouco tempo ia “dar o ponto” no torresmo servido no Rancho Tropeiro. Hoje, Seu Jerônimo participa somente da missa, ritual do qual ele fez parte muitos anos e até escreveu músicas para serem cantadas na celebração. “Eu, de manhã eu vou lá canto na missa, venho, sento aqui e assisto a festa daqui nem lá não vou... porque não cabe na cidade, você não pode andar! Ela cresceu muito né? (...) Eu fui ensinando, o pessoal aprenderam a fazer o torresmo aí hoje não precisa mais. Hoje eu já tô na idade de só ver o povo trabalhar” (INFORMAÇÃO VERBAL)¹⁴.

Com a presença de mais e mais pessoas na Festa, as mudanças em função de seu crescimento também foram acontecendo gradualmente. Depois de aproximadamente 10 – 12 anos de seu surgimento, a Festa do Tropeiro passou a ser gerida pela prefeitura da

¹³ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012.

¹⁴ Entrevista concedida à autora no dia 01mar/2012.

cidade. Existem algumas versões para o fato que vai do crescimento exponencial da festa, ficando impossível a organização por parte do grupo fundador, até perseguições políticas, e conflitos entre partes responsáveis pela organização e, até mesmo, com as autoridades da cidade.

Para alguns, como Ocílio Ferraz, tais intervenções são responsáveis pela descaracterização da manifestação, pois são elementos que aproximam a festa de qualquer outra, afetando sua individualidade e particularidade.

As palavras do secretário de turismo da cidade de Silveiras, Francisco Togeiro, são essenciais para entender a abordagem que a Festa tem na atualidade: “nós tratamos a festa como uma festa realmente, é entretenimento” (INFORMAÇÃO VERBAL)¹⁵. Tanto que foram incorporados elementos com o objetivo de atrair as pessoas, como o rodeio, realizado sempre no final de semana que precede a Festa e que faz parte do calendário desde o ano de 2001.

A Festa acontece sempre no último final de semana de agosto, no entanto, há comemorações durante todo o mês, considerado pelos moradores, o mês do tropeiro. No final de semana que antecede a festa acontece o rodeio, com shows de artistas renomados, realizados no Recinto de Exposição da cidade. De acordo com Francisco Togeiro, a cidade chega a receber 100 mil pessoas em apenas uma edição da Festa.

Durante a Festa do Tropeiro em si, a estrutura se dá desta forma:

- Sexta-feira: *shows* no período da noite.
- Sábado: For-Mula (uma brincadeira que envolve a corrida de mulas); apresentações na Praça do Tropeiro e *show* à noite.
- Domingo: missa sertaneja pela manhã, almoço feito no Rancho Tropeiro, desfile das tropas realizado no período da tarde, geralmente depois do almoço, finalização com *show* e forró.

A exposição desse período da história foi necessária para chegar à festa que ilustra a pesquisa. Os resultados desta análise serão mostrados adiante.

¹⁵ Entrevista concedida à pesquisadora no dia 01/mar/2012 na prefeitura municipal de Silveiras

O saber intelectual erudito está necessariamente articulado com o popular.

Luitgarde Barros

4. Um novo olhar: fundamentos teóricos

Apesar de esta pesquisa abordar uma manifestação popular, que diz respeito à cultura popular brasileira, não é pertinente a discussão dos termos Cultura e Cultura Popular, ação que remeteria a um mergulho nas Teorias da Cultura, bem como a imersão para a realização de um estado da arte que não se julgou necessário para a conclusão do estudo em questão. A teoria que compõe a reflexão desta pesquisa, com o objetivo de pensar a comunicação juntamente com a relação estabelecida com a cultura popular é a Teoria da Folkcomunicação.

4.1. Folkcomunicação - contextualização

A sociedade de massa consolida-se no Brasil, de acordo com Renato Ortiz (1995), a partir da década de 40, com a chegada da sociedade urbano-industrial e, posteriormente, com o estabelecimento dos meios de comunicação de massa: rádio (1922), cinema (1940), material impresso como jornais, livros, revistas (1940), e a televisão (1950). Junto com os veículos, chega também a comunicação de massa, fenômeno de direcionamento de mensagens a um público considerado homogêneo, como visto anteriormente nesta dissertação.

É nesse contexto que se encontra Luiz Beltrão. Na década de 60, no Brasil, a população ainda se acostumava à chegada da televisão e da disseminação dos meios de comunicação de massa já existentes, padronizados pelos modelos europeus e estadunidenses. No entanto, Beltrão acreditava que a sociedade, mesmo sendo chamada de massa, não estava totalmente caracterizada como tal, devido aos grupos que não eram contemplados pela comunicação de massa e que, porventura, realizava a comunicação de forma diferenciada.

Para o autor, a sociedade na qual estava inserido, os grupos se modificaram, cresceram e se dispersaram, fato que mudou, também, as formas de comunicação ao criar uma oposição entre a comunicação de massa e a comunicação oral:

Em consequência, a comunicação direta, pessoal, cara a cara, que permite o diálogo com suas reações imediatamente constatadas, tornou-se limitada, de efeitos lentos e restritos. Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação massiva, industrializada e vertical que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, produz mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora criando, ora desintegrando solidariedades sociais (BELTRÃO, 1980, p. 3).

O contato de Beltrão com as comunidades nas quais a comunicação era feita de maneira diferenciada deu-se quando o jornalista atuava junto ao Diário de Pernambuco e foi enviado para realizar coberturas jornalísticas nas comunidades rurais, afastadas do circuito das grandes mídias. O questionamento, que a partir daí tomou conta de suas pesquisas, foi verificar a forma pela qual aquelas comunidades se comunicavam, e como era feita a transmissão de informações entre os indivíduos e grupos que estavam distantes da crescente comunicação feita pelos veículos voltados para as massas. Sobretudo pelo fato de tais comunidades estarem, não somente distantes dos veículos de comunicação, mas, também, da industrialização e urbanização que ainda se alastravam paulatinamente para todas as regiões do país.

Ao perceber que a comunicação existente se dava de forma diferenciada, através dos métodos mais simples do ato de comunicar, como a oralidade, a escrita, as danças, Beltrão iniciou seus estudos através dos ex-votos.

Seu primeiro artigo com indicações sobre a Folkcomunicação foi publicado na Revista Comunicação & Problemas¹⁶: “*O ex-voto como veículo jornalístico*”. Ex-votos são os pagamentos de promessas feitos pelos fiéis em forma de agradecimento por uma graça alcançada, podem ser em forma de fotos, vestimentas, partes do corpo feitas em cera, etc.¹⁷.

Para Beltrão, os ex-votos são contadores de histórias, reflexo de uma situação que envolve determinada sociedade e, até mesmo, denúncias de problemas que afetam grande parte da população de determinada região.

Para exemplificar o pensamento do autor: se um determinado santuário guarda entre seus ex-votos grandes quantidades de fotos ou artefatos de cera que representem

¹⁶ Luiz Beltrão foi o criador do Instituto de Ciências da Informação – ICINFORM – que tinha o objetivo de pesquisar a comunicação no Brasil. Por meio desse Instituto, foi lançada a Revista Comunicação & Problemas, a primeira revista científica da área de comunicação e que divulgava as pesquisas realizadas pelo ICINFORM, bem como outros artigos. Seu primeiro exemplar circulou no ano de 1965.

¹⁷ Os ex-votos podem ser encontrados nas salas de milagres das igrejas do país como, por exemplo, no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, situado na cidade de Aparecida, interior do Estado de São Paulo.

bebês, é possível constatar a mortalidade infantil daquela região ou, como pode ser visto recentemente no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, a grande quantidade de uniformes remetendo ao Exército Brasileiro em agradecimento à volta dos soldados – muitos da região do Vale do Paraíba – das missões de pacificação realizadas no Haiti¹⁸.

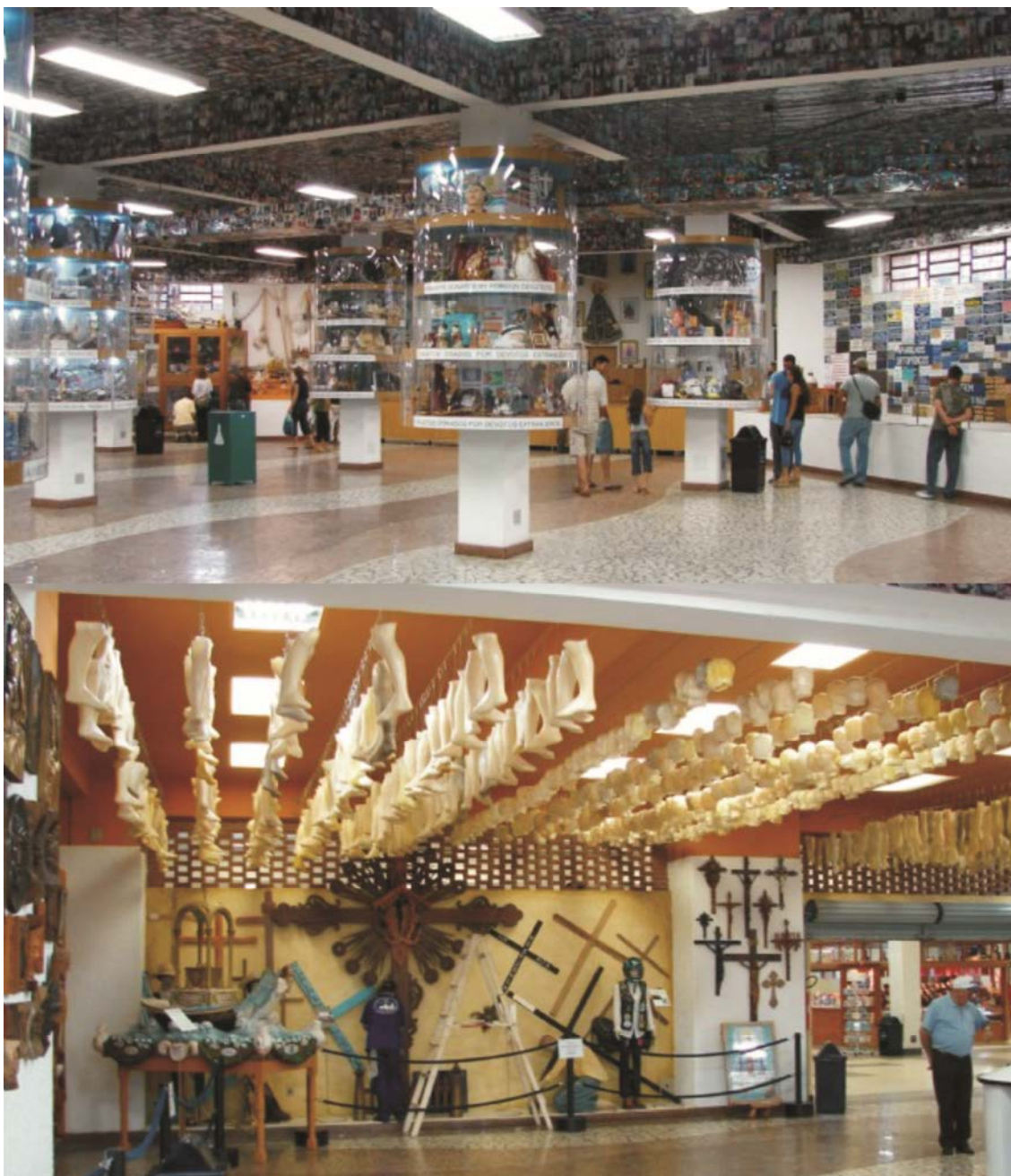


Figura 9.

Sala dos milagres do Santuário Nacional em Aparecida (SP)

Disponível em: <http://www.a12.com/santuاريو/pastoral/sala_das_promessas.asp>. Imagem alterada pela autora.

Acesso em jul/2012.

¹⁸ O Exército Brasileiro mantém forças de paz em solo haitiano desde 2004, compondo o contingente da Missão de Paz da Organização das Nações Unidas no Haiti. Parte considerável do contingente de homens parte da região do Vale do Paraíba, do 5º Batalhão de Infantaria Leve, situado na cidade de Lorena (SP).

Foi também naquela edição de *Comunicação & Problemas* que Luiz Beltrão ressaltou a existência da comunicação aquém da midiática, predominante na época, refletindo sobre as formas de comunicação encontradas em sua trajetória no interior de Pernambuco:

Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; das trocas de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”; ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, e pelos “martelos” do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitário no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha. Daí é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as idéias-motrizes, capazes de, em dado instante e sob certo estímulo, levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz. É que a semente da informação germinou no espírito das analfabetas, semi-alfabetizadas e, de toda maneira, rudes e tardas gentes do povo. E, de repente, floresce na rosa da opinião nas manifestações artísticas e folclóricas, ou frutifica – pomo de ação – nos movimentos insopitáveis de massa que concretizam a vontade popular (BELTRÃO, 2004, p. 117 – 118).

Além disso, Beltrão destaca que um dos maiores canais de comunicação coletiva é o folclore. Como referência teórica para tanto, o autor recorre aos estudos de Edson Carneiro que pensa o folclore como fenômeno dinâmico, ou seja, as manifestações populares não são estanques ou engessadas, mas fluem de acordo com o contexto sociocultural no qual se encontram.

Mas o objeto pelo qual o autor se interessou não foram propriamente as manifestações, e sim a comunicação que as permeava, e usou o folclore como ponto de partida por conter uma maior gama de possibilidades acerca da comunicação popular por meio de suas manifestações. Além disso, recorreu à pesquisa etnográfica, feita por meio da profissão de jornalista, que o levou a informações acerca dos grupos que seriam delimitados por ele mais tarde.

O embasamento teórico para as indagações de Beltrão partiram dos estudos da Teoria do *Two-Step-Flow-of-Communication*, no modelo de comunicação aplicado por Paul Lazarsfeld e Elihu Katz, uma teoria norte-americana que trata da comunicação em dois níveis. Ao partir do princípio da existência do líder de opinião, responsável por estabelecer essa comunicação, o sistema aparece “(...) determinado justamente pela mediação que os líderes desenvolvem entre a mídia e os outros indivíduos do grupo” (WOLF, 2008, p. 39). Dessa forma, o fluxo não se dava de maneira única: comunicador

– receptor, mas de maneira gradativa, indo do comunicador para o receptor que decodifica a mensagem de acordo com sua cultura e a repassa para seu grupo.

Beltrão (1980) cita as características do líder de opinião propostas pelos estudos de Lazarsfeld, não como sendo os indivíduos detentores de interesses específicos, mas compartilhados por determinado grupo, aqueles com competência acerca do assunto em questão, além de serem pessoas carismáticas e com grande rede de relacionamento e, sobretudo, tinham acesso a informações fora do meio no qual estava inserido, fato que permite a mediação deste para com a comunidade na disseminação da informação proveniente de outras esferas. No entanto, o pesquisador, posteriormente, dá sua contribuição ao inserir os elementos próprios da Folkcomunicação com o objetivo de caracterizar o líder da audiência *folk*.

Mesmo tendo sido pensada, sistematizada e publicada nos anos 1960, a teoria da Folkcomunicação insere-se com facilidade nas pesquisas das manifestações populares atualmente, bem como à comunicação. José Marques de Melo evidencia a pesquisa de Beltrão no que tange à atualidade do pensamento que remete à interação entre a comunicação popular e a comunicação de massa no contexto de aldeia global e globalização:

A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo polifacético e multicultural. Mas sugere que qualquer inserção proativa no seu universo depende basicamente do capital simbólico acumulado nas mega, macro ou microrregiões, potencialmente convertíveis em imagens e sons capazes de sensibilizar a aldeia global. Vale dizer, ancorados em dimensão universalizante. Ou, em outras palavras, enraizados na cultura popular, mas traduzidos para a linguagem da cultura de massa.

Daí a atualidade do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão, que pensou na era de McLuhan sobre as interações entre a aldeia local e a aldeia global. Ao construir um referencial teórico consistente, lançou pontes entre a *folk media* e a *mass media*. Ele reconheceu o universal que subsiste na produção simbólica dos grupos populares, percebendo, ao mesmo tempo, que os dois sistemas comunicacionais continuarão a se articular numa espécie de *feedback* dialético, contínuo, criativo (MARQUES DE MELO, 2008, p. 55).

Como citado nesta pesquisa, atualmente a sociedade é ambientada pela Idade Mídia, proposta por Antonio Rubim, e nela também é possível encontrar exemplos da teoria, por meio do reconhecimento de manifestações e da comunicação que as envolve, além de aplicar os conceitos aos objetos que permeiam o cotidiano da

contemporaneidade. E, a esse novo olhar, Beltrão denominou Teoria da Folkcomunicação.

A teoria descrita por Luiz Beltrão traz contribuições para entender os aspectos envolvidos nessa dicotomia estabelecida e mantida através do subjugar das classes subalternas, pois é verificado que “a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais – os seus meios de informação e de expressão – continuam ignorados em toda a sua força e verdade” (BELTRÃO, 2004, p. 62), ou seja, as camadas consideradas subalternas, marginalizadas, não têm vez, muito menos voz, dentro do modelo de economia e comunicação vigente.

4.2. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados

A sistematização da teoria deu-se por meio da tese de doutorado defendida na Universidade de Brasília, intitulada “*Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*”, no ano de 1967. Beltrão classifica a Folkcomunicação como a comunicação das classes subalternas, pois mostra o conceito que retrata o olhar diferenciado desse pesquisador que, na qualidade de jornalista, foi instigado a questionar os canais de informação utilizados pelos grupos que ele chamou de “marginalizados”.

Beltrão estabeleceu o processo da Folkcomunicação como pode ser observado a seguir:

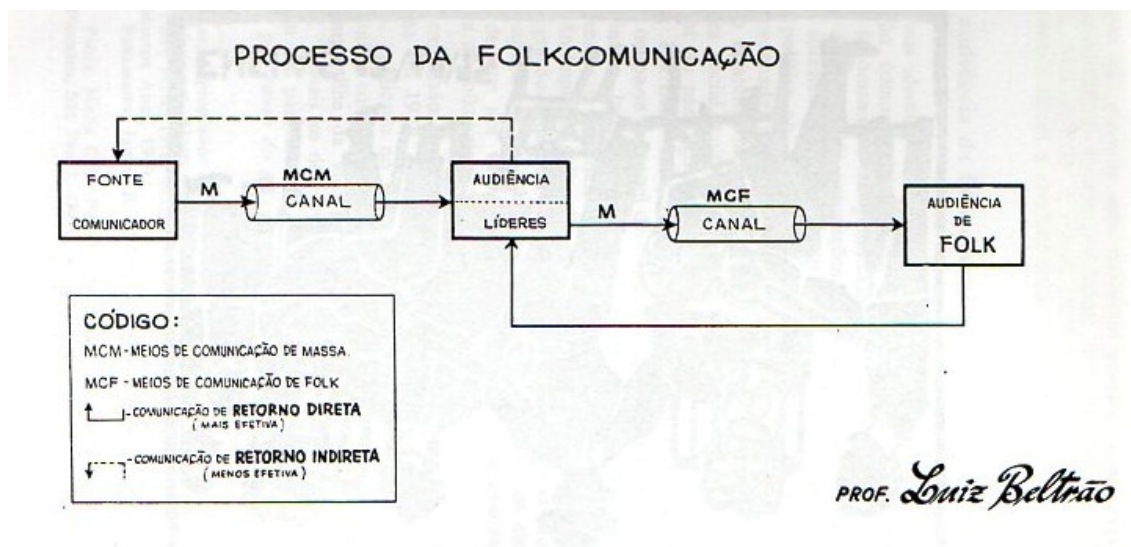


Figura 10.

Processo da Folkcomunicação.

In: BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980. p. 34.

A partir do esquema é possível identificar os líderes que recebem o conteúdo disseminado pelo comunicador ou veículo de comunicação e, através do meio de comunicação folk, é passado para a audiência, considerada pelo autor, como audiência folk.

Os líderes de opinião são essenciais para que o processo seja inteiramente eficaz, são eles os responsáveis pela decodificação do conteúdo e pela distribuição do mesmo a determinado grupo. De maneira abrangente, o líder de opinião existente no sistema da Folkcomunicação tem características semelhantes com as expostas por Lazarsfeld, no entanto, Beltrão (1980, p. 35) acrescenta peculiaridades que o faz ser o comunicador específico do grupo *folk*. São elas:

- *Prestígio na comunidade*: independente da posição social ou situação socioeconômica, o líder de opinião se estabelece de acordo com o saber do indivíduo, tanto em relação aos conhecimentos de sua própria comunidade e do que é importante para o grupo, quanto ao modo como se relaciona com o entorno;

- *Exposição às mensagens do sistema de comunicação social*: independente da forma como isso acontece, o líder é aquele que está em contato com o que vem da comunicação de massa, mas é capaz de filtrar o que é considerado pertinente para a sua comunidade;

- *Frequente contato com as fontes externas autorizadas de informação*: a fim de verificar e discutir as informações captadas;

- *Mobilidade*: está em contato com diversos grupos;

- *Arraigadas convicções filosóficas*: tais conceitos estão profundamente ligados à comunidade do líder de opinião, pois é a partir delas que se pode decidir acerca das informações, ideias que serão difundidas ao grupo.

O líder de opinião é aquele responsável por encaminhar as mensagens à audiência folk, composta pelos marginalizados. Tal conceito aplicado por Luiz Beltrão se refere àqueles que foram excluídos da grande mídia e dos modelos hegemônicos de comunicação existentes na sociedade da época, são aqueles que não conseguem se fazer ouvir nos meios tradicionais de troca de informação e comunicação. Note-se que Beltrão não limita como parâmetro de pesquisa a questão financeira e de posição social, mostrando que as manifestações populares podem estar em todos os níveis da sociedade, no entanto, coloca a questão das classes subalternas, por serem elas as mais excluídas, já que as elites possuem maior atenção da mídia hegemônica, sobretudo, por serem elas as detentoras desses veículos de comunicação.

Para o autor, existem três grandes grupos compostos pelos marginalizados que compõem a audiência folk:

1 – *Grupos rurais marginalizados*: citados por Beltrão como aqueles em condições de baixo nível econômico e intelectual, além do isolamento geográfico que os coloca distantes, por exemplo, dos meios de comunicação de massa ou, até mesmo, da infraestrutura das cidades urbanizadas;

2 – *Grupos urbanos marginalizados*: considerados os componentes das classes subalternas, aquelas que não possuem – ou possuem de maneira mínima – acesso à informação, são desassistidas social e economicamente, tratando-se dos “escalões inferiores da sociedade”;

3 – *Grupos culturalmente marginalizados*: independente de localização urbana ou rural, os culturalmente marginalizados são os detentores de uma postura de questionamento frente aos princípios, à moral e à estrutura da sociedade (BELTRÃO, 1980, p. 40).

No âmbito do item 3 dos grupos marginalizados, Beltrão ainda sistematiza mais uma divisão:

3.1 – *Religiosa-messiânica*: estabelecem-se a partir de líderes que se consideram enviados por divindades, escolhidos ou agem como encarnações divinas,

geralmente aparecem em épocas de crise e se aproveitam da perda de identidade das comunidades para se propagarem e consolidarem;

3.2 – *Político-ativista*: trata-se de líderes que conseguem atrair multidões de pessoas a fim de questionar o sistema político vigente através de estratégias políticas, não obstante, também se utiliza da força como forma de persuasão;

3.3 – *Erótica-pornográfica*: valem-se desses elementos para confrontar o sistema, como exemplo do autor, os grafitos de sanitários geralmente encontrados em banheiros públicos.

Tais grupos podem ser encontrados hoje e são motivos de variadas pesquisas de embasamento teórico metodológico sob a luz dos estudos de Beltrão. E, apesar de sua íntima ligação com o folclore, a Folkcomunicação mostra-se abrangente, pois considera as manifestações populares em geral: não somente a tradição como as festas e folguedos, a literatura de cordel, mas também o atual, como, por exemplo, os movimentos de resistência.

Por meio da sensibilidade que teve para reconhecer as manifestações, Beltrão conseguiu postular as diretrizes para a Folkcomunicação, e formar uma geração de discípulos e seguidores com o mesmo objetivo: voltar o olhar para o que está no cotidiano da sociedade contemporânea, além de alertar para o reconhecimento dessa forma de comunicação, pois,

Não se deve esquecer que, enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da Folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos, gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade (BELTRÃO, 2004, p. 85).

A partir das palavras do autor percebe-se que a preocupação com a comunicação existente nas manifestações populares diz respeito aos canais específicos de comunicação. Diferentemente da comunicação massificada, a Folkcomunicação preocupa-se em reconhecer os indivíduos definidos como a audiência *folk*, bem como registrar seus canais de interação, o surgimento dos líderes de opinião e afirmar que, apesar da existência dessa comunicação dita para a massa, a comunicação pode se dar de outras formas.

José Marques de Melo (2008, p. 90 – 95), a partir dos estudos de Beltrão, estabelece a “Tipologia da Folkcomunicação” como indicativo de metodologia de pesquisa, necessária, aqui, para exemplificar a abrangência dos estudos da Folkcomunicação, bem como sua atualidade na área da pesquisa:

1. *Folkcomunicação oral*: canto, colóquio, música, rumor, tagarelice, prosa, zombaria, verso, passatempo, reza;
2. *Folkcomunicação visual*: escrito, impresso, mural, pictográfico;
3. *Folkcomunicação icônica*: devocional, nutritivo, bélico, diversional, funerário, decorativo, utilitário;
4. *Folkcomunicação cinética*: agremiação, manifestações, celebração, folgado, distração, festejo, dança, rito de passagem¹⁹.

A atualização do pensamento beltraniano se deu, também, por meio das pesquisas realizadas por Roberto Benjamin, discípulo direto de Beltrão, assim como José Marques de Melo. Para Benjamin (2004, p. 12), os novos estudos realizados com embasamento pela teoria da Folkcomunicação devem passar pelos seguintes quesitos:

- a) A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura *folk*;
- b) A mediação dos canais *folk* para a recepção da comunicação de massa;
- c) A apropriação de tecnologias de comunicação de massas e uso dos canais massivos por portadores de cultura *folk*;
- d) A presença de traços da cultura de massas absorvidas pela cultura *folk*;
- e) A apropriação de elementos da cultura *folk* pela cultura de massas e pela cultura erudita (projeção do folclore);
- f) A recepção da cultura *folk* de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa.

Mais tarde Joseph Luyten trouxe o termo Folkmídia e, em suas pesquisas, buscou entender a relação que os meios de comunicação de massa estabeleceram com a cultura popular:

Uma vez que a palavra mídia (ou “media) significa “meios”, isto é, meios, sistemas de comunicação de massa e folk (com “k”, como queria Luiz Beltrão” é abreviação passível de “folkcomunicação”, julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo

¹⁹ Para o detalhamento de cada item ver: MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

de utilização de elementos folkcomunicação pelos sistemas de comunicação de massa (LUYTEN, 2006, p. 47).

Os estudos levam às duas vias: reconhecer a forma como os meios de comunicação de massa se apropriam dos elementos da cultura popular e verificar a influência desses veículos de comunicação na mesma.

A abrangência de possibilidades de pesquisa leva a uma enorme gama de exemplos, fazendo com que a teoria seja aplicável a diversos objetos, sendo possível trabalhá-los sob diversas perspectivas – como se pode verificar na sistematização de Benjamin, a fim de refletir sobre a comunicação popular que se dá em variadas formas, inclusive na comunicação de massa, disseminada por variados veículos, que tem como modelo mais recente a *internet*.

Nesta pesquisa, a aplicação de tais conceitos dá-se à manifestação popular denominada festa.

4.3. A festa e suas nuances

No Brasil existem várias festas chamadas populares que remontam à história, religiosidade, tradição. Nos livros *Festas e tradições populares do Brasil* e *Cultura popular Brasileira*, dos autores Melo Morais Filho (2005) e Alceu Maynard de Araújo (2007), respectivamente, há um vasto material sobre algumas das manifestações populares – dentre as tantas que existem no país.

Araújo (2007) comenta o surgimento das festas como uma forma de agradecimento à natureza depois de uma boa colheita nos primórdios dos tempos, atividade essa que foi se intensificando com a formação da sociedade que, mesmo nos períodos mais remotos, chamavam os vizinhos e conhecidos para eventos de celebração, agradecimento ou pedido de proteção. Por isso, o autor afirma que a festa “(...) é portanto consequência das próprias forças produtivas da sociedade, por outro lado, é uma poderosa força de coesão grupal, reforçadora da solidariedade vicinal cujas raízes estão no instinto biológico da ajuda, nos grupos familiares” (ARAÚJO, 2007, p. 5), atuando, dessa forma, nos aspectos relacionados ao trabalho, bem como todo o processo que o rege.

Ao longo dos séculos as festas se diversificaram e também puderam ser consideradas, como afirma José Luiz dos Santos (1987), não só momentos de descontração, agradecimento ou pedidos, mas também como forma de manifestação de repulsa em relação aos seus opressores ou ao pré-estabelecido a partir das classes dominantes. Atualmente as festas possuem caráter muito particular, dependendo da região onde acontecem, do grupo que a organiza, entre outros. No entanto, a festa, independente de qualquer coisa, enquanto manifestação cultural, é detentora de processos de comunicação populares específicos, que envolve os líderes de opinião e envia mensagens a determinada audiência *folk*, assim a festa não se configura de outra forma, senão como um organismo complexo de comunicação.

Também é possível perceber mudanças nas festas, que estão situadas em uma realidade sociocultural e econômica diferente dos tempos remotos e sua relação com os diversos campos da contemporaneidade:

As potencialidades culturais e turísticas despontam atualmente pois ocorre o rompimento de fronteiras (transnacionalização, ou globalização), e a “busca das raízes” torna-se um posicionamento local no mercado globalizado.

Em razão desse processo, posso afirmar que nos dias atuais, as manifestações da cultura popular, particularmente as Festas, não manifestam apenas os aspectos tradicionais, mas assimilam características decorrentes desse processo maior, dando-lhes novas formas e novos significados (SCHMIDT, 1997, p. 35).

Para Antônio Hohlfeldt (1997), tais significados se configuram como atualização e reinterpretação, a fim de transformar a cultura da qual partilham no presente ou no futuro, e, por conseguinte, transformações influenciadas pela industrialização do urbano e das tecnologias da informação que compõem o cenário. Além disso, como enfatiza Marques de Melo (2008, p. 76), as festas são “iniciativas mobilizadoras das comunidades humanas”, que estabelecem profundas relações culturais, religiosas, políticas e comerciais, mas, na verdade, devem ser vistas como processos de comunicação que fazem parte da sociedade e podem ter – ou não – ligação e apropriação da mídia.

De forma que as relações estabelecidas em um processo de comunicação existente em uma festa são tão diversas que, para Schmidt (1997, p. 39) é possível “ter várias festas da mesma festa, ou até não tê-la mais”. Os motivos para essa transformação nas festas são a mudança do homem do campo para a cidade e,

recentemente, seu retorno; a chegada da urbanização às áreas rurais; o fenômeno descrito como conurbação: a união de cidades pelo processo de crescimento das mesmas; e a chegada dos veículos de comunicação de massa, agora locais e regionais (SCHMIDT, 1997, p. 35 – 36).

Para entender a comunicação proposta pela teoria da Folkcomunicação que será abordada na análise propriamente dita, antes é necessário verificar a existência da festa enquanto processo cultural. Para isso, Roberto Benjamin sistematiza a distinção entre os tipos de festa existentes (BENJAMIN, 1997, p. 19). As festas privadas dizem respeito aos ritos de passagem, como aniversários, casamentos, comemorados em âmbito familiar ou em pequenos grupos. Já as festas públicas são subdivididas em dois grupos: institucionalizadas e espontâneas.

As festas de caráter institucional são aquelas realizadas por meio de iniciativa de um grupo organizado, pelo poder público, ou seja, alguma instituição que a promova e divulgue. Tais manifestações podem ou não cair no gosto do público. Em oposição, existem as festas espontâneas, representadas pelas comemorações em conjunto da população ou de determinado grupo, incluindo os festejos folclóricos tradicionais. O autor é enfático em relação a essa modalidade de festa, pois, pode haver a “cooptação e manipulação da festa espontânea por interesses políticos, religiosos e econômicos” (BENJAMIN, 1997, p. 19 – 20).

Canclini também traz uma sistematização para a classificação das festas populares feita anteriormente por Gilberto Giménez (CANCLINI APUD GIMÉNEZ)²⁰, que as define sob duas vertentes:

- *Festas camponesas tradicionais*: têm em seu cerne elementos como a ruptura do tempo normal; caráter coletivo, compreensivo e global, pois abrange todos os elementos que a envolve; geralmente realizadas ao ar livre; caráter institucionalizado, ritualizado e sagrado; caracterizada como festa-participação e não festa-espetáculo; dependência do cenário rural;

- *Festa urbana*: a festa complementa a vida cotidiana da comunidade; possui caráter privado, exclusivo e seletivo; forte caráter de diferenciação, fragmentação e especialização; necessidade de desenvolvimento em espaços fechados; maior flexibilidade em relação a calendários pré-estabelecidos; lógica de valor de troca, como

²⁰(CANCLINI, 1983, p. 113) CANCLINI APUD GIMÉNEZ (In: GIMÉNEZ, Gilberto. Cultura popular y religión en el Anáhuac, México, Centro de Estudios Ecuménicos, 1979, p. 164 – 165.

consequência estabelece-se a festa com embasamento no consumo e não na participação dos visitantes.

Dessa forma, pode-se remeter às pesquisas de Roberto Benjamin, que trata das especificidades do processo pelo qual a cultura pode passar a fim de se moldar de acordo com o sistema socioeconômico vigente – como cita Canclini por meio das palavras de Giménez, sistematização que, aqui, é usada para abordar a evolução das festas populares.

Para Benjamin, o processo de um sistema cultural deve passar pelos seguintes itens a fim de estabelecer essa relação de adequação de acordo com as relações contemporâneas:

1. Resistência cultural;
2. Refuncionalização como preservação;
3. Fusão com elementos da cultura de massa, gerando novos produtos;
4. Desaparecimento parcial, com sobrevivência de traços;
5. Desativação com possibilidade de reativação e refuncionalização;
6. Desaparecimento total;
7. Sobrevivência na arte erudita e na cultura de massas, através de projeção;
8. Recriação com refuncionalização através da recuperação dos elementos projetados na arte erudita e na cultura de massas (BENJAMIN, 2004, p. 27).

Tais elementos podem ser encontrados em diversas festas que existem atualmente no país. Como resistência cultural pode-se citar a Congada da cidade de Ilha Bela, que se conserva como tradicional e não busca se “modernizar”, além de não deixar que as influências externas permeiem a manifestação. Já as manifestações que possuem refuncionalização como forma de preservação estão por toda parte, como exemplo, o artesanato, que não tem mais como função predominante o utilitário, e sim o aspecto decorativo. Em relação às manifestações que incorporam elementos da cultura de massa, Benjamin cita como exemplo a música de Luiz Gonzaga – cantor também citado por Osvaldo Trigueiro (2005) como mesmo exemplo –, que tem suas raízes na música sertaneja, mas ao mesmo tempo, agregou elementos da música atual, e teve aceitação do público. Já a reativação diz respeito às festas que são deixadas de lado por um tempo, mas que podem voltar ao cenário da comunidade.

O desaparecimento parcial, com sobrevivência de traços é o mais comum, pela forma como as influências econômicas se instauram nas manifestações, transformando-

as. Há o desaparecimento total, configurado pelas manifestações que não conseguem se manter e chegam até os dias de hoje somente em citações orais ou pelos livros.

Os itens 7 e 8 dizem respeito à relação que as manifestações estabelecem com a cultura de massa e com a cultura dita erudita, pois a cultura popular pode se projetar para essas duas esferas com o objetivo de se disseminar ou como uma forma de não deixar a manifestação morrer.

No contexto da comunicação, Marques de Melo estabeleceu três formas de comunicação existentes nas festas:

- *Comunicação interpessoal*: a festa age enquanto produtora das relações de grupo e da comunidade;

- *Comunicação massiva*: quando a festa se utiliza de meios tecnológicos promovidos pelas indústrias da mídia em espaços delimitados, ao estabelecer a comunicação entre os grupos primários e os participantes;

- *Intermediação comunicativa*: é a comunhão dos dois tipos citados acima, já que estabiliza relações institucionais sob a iniciativa de “entidades enraizadas comunitariamente e antenadas coletivamente, que decidem o que celebrar, em que circunstâncias, com que parceiros” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 79).

As manifestações populares possuem caráter diferenciado, pois se instauram no imaginário dos indivíduos de forma intrínseca àqueles que estão em sua volta. Da mesma forma que são influenciadas pelo sistema socioeconômico e pelas relações capitalistas, pois

São manifestações que estão associadas a essas dualidades do mundo real da vida e o mundo ficcional do imaginário simbólico, do disforme da natureza e as experiências oníricas que sempre fizeram parte das nossas histórias de encantados no mundo da infância e que chegam à vida adulta mais próximas da racionalidade. É a hibridização de tudo isso que dá a tônica à cultura popular no mundo globalizado pelos meios de comunicação e pelos novos interesses de consumo de bens culturais (TRIGUEIRO, 2005, p. 3).

Esse fenômeno é chamado por Yúdice de “economia cultural” (2004, p. 34) e diz respeito às relações produzidas por meio da cultura que, segundo o autor, “simplesmente se tornou um pretexto para a melhoria sociopolítica e para o crescimento econômico” (YÚDICE, 2004, p. 26), e que, de acordo com Sodré (2001, p.22), serve como uma ferramenta que ajuda a reproduzir as relações capitalistas. Trata-se da

“conveniência da cultura” inerente ao modo de vida das sociedades contemporâneas e trabalhada por Yúdice em livro homônimo, que remete aos elementos que estabelecem a cultura como comércio.

Essa transformação também é comentada por Marques de Melo quando afirma que as manifestações populares “funcionam como alavancas para o acionamento da engrenagem econômica, mobilizando produtores industriais, entrepostos comerciais e prestadores de serviços” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 78), ou seja, as manifestações agora possuem caráter de venda, de comércio.

Dessa forma, entende-se que as manifestações populares – não somente as festas – estão intimamente ligadas às relações econômicas, de mercado e de interesses – tanto políticos quanto de determinada comunidade ou grupo hegemônico. Por isso a oferta, neste caso, de cultura é cada vez mais diversificada, sendo adequada de acordo com o pedido do freguês, já que, como cunhou Gordon Mathews: os indivíduos encontram-se um “supermercado cultural”²¹ (MATHEWS, 2002). Como afirma Cristina Schmidt, “Se festa é comunicação, não há processo de comunicação que não se ajuste a fim de atender o receptor” (SCHMIDT, 1997, p. 39). Assim como o supermercado que se organiza para atender o cliente, se o supermercado for cultural ou comunicacional, de acordo com as formas pré-estabelecidas de economia da sociedade, este também irá se diversificar para atender as demandas de seu público.

Outro fenômeno importante que acomete as festas é a cooptação, sobre o qual discorre Canclini, tratando das relações de poder envolvidas nas manifestações:

Pensemos em uma festa popular, como podem ser a festa do dia dos mortos ou o Carnaval em vários países latino-americanos. Nasceram como celebrações comunitárias, mas num ano começaram a chegar turistas, logo depois fotógrafos de jornais, o rádio, a televisão e mais turistas. Os organizadores locais montam barracas para a venda de bebidas, do artesanato que sempre produziram, *souvenirs* que inventam para aproveitar a visita de tanta gente. Além disso, cobram da mídia para permitir que fotografem e filmem. Onde reside o poder: nos meios massivos, nos organizadores das festas, dos vendedores de bebidas, artesanato ou *souvenirs*, nos turistas e espectadores dos meios de comunicação que se deixassem de se interessar desmoronariam todo o processo? Claro que as relações não costumam ser igualitárias, mas é evidente que o poder e a construção do acontecimento são resultado de um tecido complexo e descentralizado de tradições

²¹ A ideia proposta por Mathews refere-se à junção de elementos de várias culturas, levando o indivíduo a identificar-se com várias delas, no entanto, evidencia a busca pela identidade individual.

reformuladas e intercâmbios modernos, de múltiplos agentes que se combinam (CANCLINI, 2008, p. 262).

A afirmação de Canclini deixa evidente a relação comumente estabelecida entre a festa e os diversos setores da sociedade, sobretudo em relação à mídia. A questão também é abordada por Alfredo Bosi: quando o autor afirma que a festa está nos e entre os festeiros e os elementos que a compõem, de forma que existe uma conaturalidade entre a festa e os participantes. No entanto, o autor é enfático ao falar da perda dessa característica, pois afirma haver um distanciamento provocado através do momento em que “o turismo (ou a TV, paraíso do viajante de poltrona) toma conta dessas práticas: a festa, exibida, mas não partilhada, torna-se espetáculo. Nesse exato momento, o capitalismo se apropriou do folclore, ocultando o seu teor original de enraizamento” (BOSI, 1987, p. 11).

A mercantilização, economicização e espetacularização das festas são fatos recorrentes àquelas que não conseguem sobreviver ou que são cooptadas, como vimos, pelo poder público ou instituições privadas, no entanto, “o cerne das festas populares está localizado no interior da sociedade civil, cujas instituições desencadeiam os processos de celebração que as nutre e fortalece, mas também pode fazê-las definhar e desaparecer” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 79), pois, de acordo com Marques de Melo, as festas que não possuem o elemento civil não se configuram como atos culturais, ou, também, manifestações culturais.

De forma que, como sistema comunicacional, as festas possuem em sua essência a necessidade da interação com a sociedade na qual está inserida, para que o processo seja heterogêneo e passível do “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes” pregado por Luiz Beltrão (1980, p. 24), e que será aprofundado a seguir.

*A única viagem verdadeira, o único banho de rejuvenescimento, não é partir
para novas aventuras, mas ter outros olhos.*

Proust

5. A Festa do Tropeiro: organismo folkcomunicacional

A análise de uma manifestação popular, por muitas, vezes exige a construção de uma metodologia própria, que envolve várias técnicas a fim de compor o resultado da pesquisa. Fato comprovado por Samantha Castelo Branco, em seu artigo “Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática”. A autora afirma que “(...) cabe a cada pesquisador a definição dos procedimentos metodológicos a serem adotados, respeitando a especificidade do objeto e os objetivos de estudo” (CASTELO BRANCO, 2011, p. 122), pois apesar de serem pesquisas qualitativas e/ou quantitativas, os métodos utilizados provêm de diversas áreas, sendo necessário, também, agregar variadas técnicas de trabalho.

José Marques de Melo propõe formas possíveis para a realização de um estudo acerca do principal objeto da teoria: a comunicação existente nas manifestações populares. Os itens passíveis de pesquisa indicados por Marques de Melo (2008, p. 82) como uma das maneiras de realização, são:

- *Memória*: diz respeito à história da manifestação, os elementos que a compõem e remetem ao seu passado e seu presente, indicando suas tradições e mutações – aspectos explorados no terceiro capítulo desta dissertação;

- *Formato*: trata-se da dinâmica da festa, os atores principais e a estrutura que a sustenta;

- *Conteúdo*: tem seu enfoque na mensagem passada pela manifestação, na interação (ou não) das classes sociais envolvidas, na percepção do que pode ser considerado hegemônico ou subalterno;

- *Mediações*: pretende verificar a relação como entorno social e midiático, bem como a interferência midiática e econômica que é exercida sobre a manifestação.

A partir desses pressupostos e através de métodos de pesquisa julgados necessários para compor o resultado, que se analisou a festa, sobretudo enquanto organismo de comunicação que envolve não somente sua organização, mas a observação do entorno e da produção local de cultura.

Como visto anteriormente, a Festa do Tropeiro de Silveiras possui um divisor de águas em sua trajetória: quando a organização da festa passa das mãos dos tropeiros e da comunidade para a prefeitura da cidade. É um momento relacionado à ruptura de

certos valores e modo de organização que levam a perceber a existência de duas manifestações diferentes: a primeira ligada às necessidades da comunidade e da cidade de Silveiras, ao tradicionalismo, e ao elemento do tropeirismo, motivo de orgulho para os moradores; a segunda, além de reiterar o orgulho tropeiro, volta-se para o comércio, com o intuito de impulsionar o turismo e a economia da cidade.

Em sua primeira fase, a festa caracteriza-se pelo viés institucional de acordo com Benjamin, por ser realizada por um grupo organizado da comunidade, além de se configurar um espaço de resistência cultural; classifica-se também, como camponesa tradicional, de acordo com a sistematização de Giménez, por seu caráter intimista e ligado às atividades rurais e pela intermediação comunicativa, já que estabeleceu contato com outros setores da sociedade, inclusive a mídia.

Em um segundo momento, a festa torna-se de caráter urbano, com reinvenção de seus costumes, fusão com outros âmbitos da sociedade e até mesmo seu desaparecimento parcial, visto que hoje se encontram apenas traços da cultura tropeira em seu cerne; ainda tida como institucionalizada, a Festa do Tropeiro caracteriza-se, ainda, pela intermediação comunicativa desde seu início.

Tais aspectos serão esmiuçados e especificados nos itens a seguir.

5.1. Primeira fase: a comunidade como protagonista

Como citado, a Festa do Tropeiro da cidade de Silveiras surgiu a partir de uma junção de elementos que deram forma à festa que se consolidou a partir de 1981. A ideia de construí-la partiu de Ocílio Ferraz, entusiasta da cultura tropeira e que visionou uma oportunidade para alavancar a economia e cultura da cidade a partir do embrião que foi a Silveirarte – feira de artesanato que a precedeu.

Somada ao espírito do tropeirismo, a festa também teve outra função: arrecadar fundos para a construção da Santa Casa da cidade, de acordo com Jerônimo Costa, além de falar sobre o tropeirismo, suas origens e costumes.

Inicialmente a composição da festa era feita por doações e a venda do que era produzido foi guardada para a construção do hospital. Jerônimo Costa, um de seus fundadores, conta que no primeiro ano foram vendidos cerca de 600 pratos de comida tropeira e, no ano seguinte, com melhor organização, a venda chegou a dois mil pratos

de comida. Em três anos de festa foi possível arrecadar o dinheiro necessário para a compra do material para a construção que contou com a ajuda do prefeito recém-eleito na época, Osvaldo Cardoso, que disponibilizou os funcionários da prefeitura e os particulares de sua fazenda, para colaborarem no levantamento da Santa Casa de Silveiras.

Naquela época a festa atuava, também, com caráter social, pois auxiliava nas obras que Silveiras necessitava, como a construção, além da Santa Casa, da creche da cidade e ajuda à edificação da Vila Esperança – conjunto de casas populares para os moradores carentes.

A organização era feita pelos envolvidos: a comunidade, os tropeiros, como Nenê Emboava, João Mequeco, Tião Batista e Jerônimo Costa que, segundo este orgulhavam-se de serem os “cabeças” da festa. Cada um ajudava com o que podia através de doações para fazer a comida tropeira e o próprio trabalho para promover a festa. Todos trabalhavam de graça, somente com o objetivo de ajudar na construção física e moral da cidade.

O aspecto religioso esteve presente desde o início, com a inclusão da missa. Apesar de não haver relatos históricos da celebração realizada pelos tropeiros, a inclusão foi feita. É interessante notar a presença do catolicismo, o que se configura em uma adaptação à cidade de Silveiras, pois, se a cidade tivesse outra religião predominante, não seria a missa a celebração a ser incorporada pela festa. A especificidade da manifestação estava presente na celebração religiosa, chamada de missa sertaneja, cujos cânticos foram escritos também pelos tropeiros, inclusive por Jerônimo Costa, ainda responsável pela organização da missa, e integrante do coral.

Uma corrida denominada Fór-Mula acompanha a festa desde seu início, configurada como uma homenagem divertida aos tropeiros.

A comida era o ponto alto. Feita através de doações de pessoas de Silveiras e de outras cidades, a refeição tropeira era preparada pelos tropeiros de acordo com o que era feito na época das viagens pelo Brasil, com os elementos que citamos no capítulo três desta dissertação, com destaque para o feijão tropeiro e o torresmo, servidos com arroz e carne com batata. Para os tropeiros, a comida servida no Rancho nos dias da festa hoje é considerada sofisticada, pois o arroz, por exemplo, era artigo presente, porém escasso na rotina das tropas.



Figura 11.
Prato da comida tropeira.
Vendido a R\$ 10,00 no Rancho do Tropeiro.
29 de agosto de 2010. Da autora.

Aqueles que participavam da organização faziam de tudo. Jerônimo Costa afirma que Nenê Emboava, um dos companheiros na organização, estava atento aos menores detalhes: “Seu Nenê, muito exigente, a gente ia cascar a batata, tinha que cascar bem cascadinho, bem limpinho, tirar o fino” (INFORMAÇÃO VERBAL)²². Não havia uma escala de tarefas, cada um ajudava como podia e no que podia, pois era preciso mão de obra de todos. Para Jerônimo, o ideal seria que as pessoas de Silveiras fizessem a comida tropeira, pois, em sua maioria, poderia ser preparada pelos próprios tropeiros, pois, em Silveiras cada habitante, se não for tropeiro, é seu filho, sobrinho, neto, bisneto.

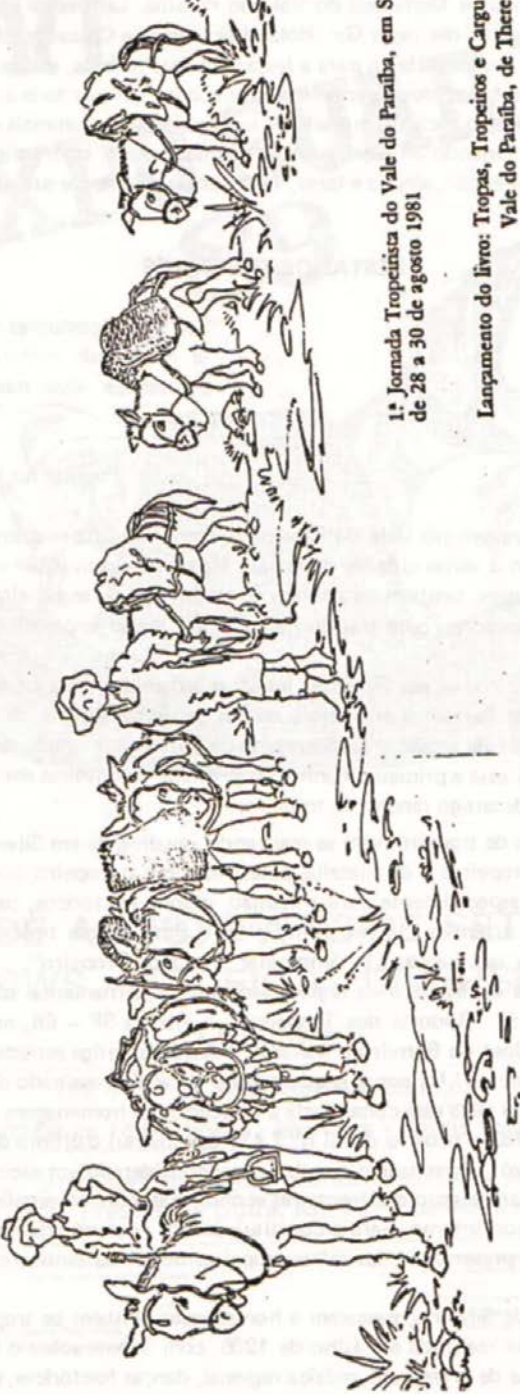
Outra questão que remete ao caráter simples da manifestação era a organização das atrações, que não eram consideradas como tais. Cada artista, como violeiros, por exemplo, comparecia à festa para partilhar seu saber e mostrar suas habilidades em troca do transporte e de alimentação. A estrutura não era sofisticada, “a gente fazia um

²²Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012.

esforço louco pra não ter nem microfone! Pra ter uma coisa íntima mesmo” (INFORMAÇÃO VERBAL)²³, conta Ocílio Ferraz. Nas apresentações a busca era pelo desconhecido e a festa configurava-se em um espaço de oportunidade para compartilhar o dom de cada participante de forma simples e próxima, o que demonstra o caráter intimista da festa, sem a ligação ao espetáculo e, principalmente, sem a comercialização da cultura.

²³ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 pelo sociólogo Ocílio Ferraz.

DIA DO TROPEIRO
30 agosto 81



1.ª Jornada Tropeirista do Vale do Paraíba, em Silveiras
de 28 a 30 de agosto 1981

Lançamento do livro: Tropas, Tropeiros e Cargueiros !
Vale do Paraíba, de Thereza
e Tom Maia

Promovido: Secretaria de Estado de Cultura
Pólo Inter. Municipal de Silveiras
Silveiras - S. P.

Gov. do Estado de São Paulo
Governador Paulo Maluf
Secretaria de Estado de Cultura
R.,,

Figura 12.

Cartaz da primeira edição da Festa do Tropeiro – 1981.

In: MAIA Tom; MAIA, Thereza Regina de Camargo. *Cadernos culturais do Vale do Paraíba – Festas populares*. Promovido pela Fundação Nacional do Tropeirismo, Papel Simão e Centro Educacional Objetivo. S/E. 1989, p. 100.



Figura 13.

Primeira edição da Festa do Tropeiro - 1981.

Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-fotos.html>>. Acesso: fev/2012.



Figura 14.

Desfile das Tropas na primeira edição da Festa do Tropeiro – 1981.

Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-fotos.html>>. Acesso: fev/2012.

Pode-se considerar essa primeira fase da festa como a detentora de um núcleo denso em relação à tradição tropeira, que tinha como traço forte a resistência cultural. Os organizadores tinham atitudes muito rígidas em relação ao andamento da festa, como a proibição da venda de itens que não estivessem ligados ao movimento, principalmente tratando-se da comida. Os itens básicos da tropa também foram preservados até quando foi possível, pois, mesmo com a organização dos tropeiros, não se pode impedir a incorporação dos carros de bois – meio de transporte antigo, mas não usado pelos tropeiros – ou a chegada dos cavaleiros:

(...) mas aí inventaram de vir os cavaleiros, que não tem nada a ver com a tropa. Veio 600, 700, 800, cavaleiros aqui. Mas você não tem como não deixar eles virem. Então quando eu já fazia já foi discutido isso aí, não tem como a gente separar (INFORMAÇÃO VERBAL)²⁴.

A mídia, segundo Océlio Ferraz, teve papel importante na construção do imaginário bucólico que rondava a cidade e as tradições tropeiras, pois entendeu que era um “trabalho de benemerência” (INFORMAÇÃO VERBAL)²⁵. No entanto, foi a rede de relacionamentos do sociólogo a responsável pela participação da mídia no processo.

Eu conheço Deus e o mundo, né, é uma coisa de louco! Na época em que eu morava em Caçapava mesmo, eu tinha – e tenho – contato com um jornalista chamado Gilberto Martins. (...) Na primeira Festa do Tropeiro ele fez questão de vir. Ele era articulista do Jornal O Valeparaibano²⁶, aí o Gilberto introduziu dentro do Jornal O Valeparaibano. E lá dentro d’O Valparaibano, aí a festa ficou mesmo enorme, porque eles adoravam vir aqui (INFORMAÇÃO VERBAL)²⁷.

Gilberto Mendes²⁸ foi um grande parceiro na divulgação da festa, pois contava com a estrutura da TV Globo de São Paulo no Vale do Paraíba com sede em Taubaté.

²⁴ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 pelo tropeiro Jerônimo Costa.

²⁵ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 pelo sociólogo Océlio Ferraz.

²⁶ Valeparaibano foi um jornal diário de abrangência regional no Vale do Paraíba, Litoral Norte e Serra da Mantiqueira, em uma área que concentra cerca de 4,5 milhões de pessoas. Criado na cidade de Caçapava em 1952, o Jornal O Valeparaibano foi levado para a Taubaté, na qual foi vendido, passando às mãos de outro administrador. Posteriormente, houve mais uma mudança: para a cidade de São José dos Campos, onde ficou definitivamente. Em 2010 o jornal tornou-se revista, mantendo o mesmo nome; o jornal deu lugar à nova publicação, o jornal O Vale. A mudança foi considerada fraudulenta, pois indicou que seus atuais proprietários cogitassem o não pagamento dos credores do antigo jornal. No entanto, o jornal O Vale e a Revista Valeparaibano continuam em circulação enquanto o processo não se finda na justiça.

²⁷ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 pelo sociólogo Océlio Ferraz.

²⁸ Gilberto Martins é cineasta, fotógrafo, jornalista e historiador. Passou por alguns veículos de comunicação, entre eles a Rede Globo e o jornal O Valeparaibano. Hoje atua no projeto Fundação Imprensa, que visa levar a mídia para a sala de aula como auxílio para o aprendizado.


Para a época, conta o jornalista, chegar a Silveiras com uma câmera na mão era um evento, pois era uma cidade rural e as pessoas queriam aparecer para a câmera, ou seja, sua presença com os equipamentos na festa causava “alvorço” na cidade, conta Ocílio Ferraz.

Além de tratar-se de seu trabalho, colher material para a emissora, o jornalista diz-se²⁹ interessado por manifestações como essa, por esse motivo foi levado à Festa do Tropeiro, ajudando a divulgá-la para a região, reforçando, com isso, a importância do profissional – de acordo com Ocílio Ferraz – para a manifestação. No entanto, Gilberto Martins frisa que não era articulista no jornal O Valeparaibano, mas trabalhava com projetos para o veículo e que sua atuação em relação à festa foi maior enquanto fazia parte do quadro de funcionários da TV Globo. Gilberto Mendes também participou do projeto CODIVAP (Consórcio de Desenvolvimento Integrado do Vale do Paraíba) relacionado às áreas de turismo e cultura, com o objetivo de alavancar a região.

Para Gilberto Martins, o que impulsionou a Festa do Tropeiro em relação à mídia foi a formação dos jornalistas que atuavam no jornal O Valeparaibano, sensibilizados “com a fragilidade das manifestações tradicionais, muitas delas já em desuso na época” (INFORMAÇÃO VERBAL)³⁰, além dos “agitadores culturais” que tentavam fazer o poder público enxergar as manifestações da região.

²⁹ Entrevista concedida por telefone e por e-mail no mês de jul/2012.

³⁰ Entrevista por e-mail concedida à autora durante o mês de jun/2012.



SILVEIRAS - SP

"UMA CIDADE ALEGRE E ACOLHEDORA"

O Povo: O povo de Silveiras é simples, amigo e acolhedor. Conheça esta terra e faça novas amizades.

O Artesanato: Uma das culturas mais antigas da cidade é o Artesanato. Um trabalho dedicado que reflete as tradições da cidade.

O Comércio: Um comércio diversificado que atende muito bem a população.

A rede bancária da cidade, com muito movimento, dá ampla assistência à seus Clientes e está sempre presente às promoções da cidade.

Silveiras possui:

- 2 Bancos
- 3 Supermercados
- 2 Armazéns
- 4 Lojas
- 2 Lojas de materiais de construções
- 1 Farmácia
- 1 Hotel
- 1 Pensão
- 1 Lanchonete
- 1 unidade da Ceesp
- 1 Posto atendimento Telesp
- 1 Posto de Gasolina
- 1 Mini Hospital

As atuais lideranças da Cidade estão desenvolvendo um excelente trabalho, fazendo jus a confiança que lhes foi depositada.

O Comércio Mais Tradicional

CASA PINTO - Materiais de Construções - Tel. 66-1233
HOTEL DA NINA - 66-1210
LOJA DA DOIA - 66-1194
ARMAZEM DO JULINHO COSTA - 66-1241
MERCEARIA DIAS - 66-1172
ARMAZEM CARVALHO - 66-1138
COMERCIAL E AUTO POSTO SILVEIRAS - 66-1185

Rede Bancária

Banco do Estado de São Paulo S/A - Banespa - 66-1125
Caixa Econômica do Estado de São Paulo - a nossa Caixa

Autoridades

Prefeitura Municipal - Adm. Osvaldo de Paula Cardoso
Câmara Municipal - Pres. Cicero Lima de Souza Vale
Delegacia de Polícia - 66-1160

Festas Tradicionais de Silveiras

JANEIRO - No último domingo: Beato Plácido
FEVEREIRO - Dia 23.2 - Aniversário da Cidade
ABRIL - Festival do Barro no Domingo de Páscoa
Malhação do Judas
Festa de São Benedito - 2ª feira após a Páscoa
JUNHO - Dia 14 - Festa de São João Batista
JULHO - Último fim de Semana - Festa do Divino Espírito Santo
AGOSTO - **Festa do Tropeiro**
Uma das mais tradicionais festas da cidade.
Preservar esta festa é preservar uma tradição forte.
OUT, NOV - TORNEIO LEITEIRO - EXPOSIÇÃO E LELÃO DE GADO
DEZEMBRO - Dia 8 - FESTA DA N. S. DA CONCEIÇÃO

SILVEIRENSE
Vista à Camisa de Sua Cidade

Horário de Ônibus (Pássaro Marrom)
Silveiras para Cachoeira
5,30 12,15 15,20 18,00 horas

Apoio

Banco do Estado de São Paulo S/A - Banespa
"Este Banco faz a história, este Banco faz o Futuro"

Colaboração Especial

- Caixa Econômica Estadual - "A Nossa Caixa"
"A História de Silveiras não se faz sem ELA"
- Casa Pinto - Materiais de Construções
"Construindo o Futuro de Silveiras"
- Hotel da Nina
- Armazém do Julinho Costa
- mercearia Dias
- Armazém Carvalho
- Loja da Doia
- Comercial e Auto Posto Silveiras

Promoção

ACICAP - Ass. Com. e Ind. de Cachoeira Paulista
Pref. Mun. de Silveiras - Adm. Osvaldo de P. Cardoso
Câmara Municipal - Pres. Cicero Lima de Souza Vale

Silveiras é a Terra do Tropeiro - Preserve esta Festa

Figura 15.

Cartaz de divulgação de Silveiras como cidade acolhedora.

Exemplo da motivação feita na época para estabelecer a cidade na rota do turismo rural. Sem data.

*In: MAIA Tom; MAIA, Theresia Regina de Camargo. **Cadernos culturais do Vale do Paraíba – Festas populares.** Promovido pela Fundação Nacional do Tropeirismo, Papel Simão e Centro Educacional Objetivo. S/E. 1989, p. 38.*

Ocílio Ferraz organizou um evento – um ano depois da primeira edição da festa – com o objetivo de homenagear e agradecer a colaboração da imprensa para a festa, com a presença de vários profissionais de comunicação da região. Houve também, durante a primeira edição, o lançamento do livro de Tom e Theresa Maia: “O folclore das tropas e tropeiros do Vale do Paraíba” e, de acordo com as palavras do tropeiro

Jerônimo Costa, Tom Maia levou um caminhão de livros para o lançamento que foi realizado durante a festa.

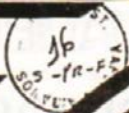
O artesanato era muito forte, devido ao seu embrião, a Silveirarte. As peças faziam parte do cenário da festa e também tiveram participação no alavancar econômico da cidade e que Ocílio Ferraz afirma ser uma ferramenta na ajuda, até hoje, da manutenção do giro econômico da cidade.

O público era menor, mas, o ambiente era familiar, com pessoas que se interessavam pela cultura local, pelas peças de artesanato. O artesão Sandro Benedito da Silva afirma que o início da festa era voltado para a tradição tropeira e para o artesanato, o que fazia com que os artistas tivessem maior interesse em expor seus trabalhos. Nas barracas com as peças dos artistas da cidade a venda era significativa nos dias da festa.


A pesquisadora Cristina Schmidt constatou o caráter rural e intimista da festa em artigo publicado em 1997:

Na cidade de Silveiras, uma localidade predominantemente rural, o almoço da Folia do Divino e da Festa do Tropeiro ainda é preparado em fogões improvisados, com tijolos e lenha, e com a ajuda exclusiva dos membros da comunidade. Mas é bom ressaltar que não é só o fato de ser uma comunidade rural, mas também por ser uma festa com poucos visitantes e turistas (SCHMIDT, 1997, p. 36).

De maneira geral, pode-se perceber que a festa constituiu-se e consolidou-se a partir dos princípios da tradição tropeira, além de ter cumprido seu papel enquanto disseminadora da cultura e, ao mesmo tempo, enquanto organização de viés beneficente. A atmosfera tropeira foi efetivamente instaurada na cidade, que se apropria disso até os dias de hoje para se manter no circuito de turismo rural, porém, com mudanças importantes mostradas a seguir.



FESTA DO TROPEIRO



5ª SILVEIRAS

23 a 25 de Agosto 85

Dia 23
 20hs. Abertura
 Violeiros cantadores
 Danças folclóricas


Dia 24
 15hs. Corrida de burros - Troféu
 1º e 2º (Promoção - Afonso Caipira)
 19hs. Show sertanejo - produção
 da Rádio Aparecida.
 transmissão direta para todo
 o Brasil
 20hs. Buchada na Praça dos
 Tropeiros (Buchada com
 arroz)
 22hs. Grande Forró
 Inauguração do Posto de
 Monta

Dia 25 - Grande Festa do Tropeiro
 08hs. Missa Tropeira - Praça dos
 Tropeiros
 11hs. Desfiles - Autêntica tropa de
 burros, carro de boi
 cantador, cavaleiros e
 berranteiros
 12hs. Grandioso almoço tropeiro

Durante todos os dias artesanato regional, cavalos de aluguel, folclore.
 Violeiros: Rádio Aparecida - Zé Silveira, Mariinha e Juju, Zezé e Simões, Célio Reis, Lírio e Lário.
 Hipismo rural — Garapa encanada (Promoção — Afonso Caipira).

PROMOÇÃO: Sociedade Amigos de Silveiras
APOIO: DARC - Delegacia Regional de Cultura do Vale do Paraíba e Litoral Norte.
 Prefeitura Municipal de Silveiras e Empresa de Ônibus Pássaro Marrom.

COBERTURA: TV Joseense e RTC.
 Imprensa falada e escrita do Vale do Paraíba
 O Estado de São Paulo
 Folha de São Paulo



PRODUÇÃO - YVES RIBEIRO FILHO / OSWALDINO F. CARVALHO




Figura 16.

Cartaz da quinta edição da Festa do Tropeiro com a programação do evento – 1985.

In: MAIA Tom; MAIA, Thereza Regina de Camargo. *Cadernos culturais do Vale do Paraíba – Festas populares.* Promovido pela Fundação Nacional do Tropeirismo, Papel Simão e Centro Educacional Objetivo. S/E. 1989, p. 103.

5.2. Segunda fase: poder público e atualização

A partir da 12^o edição da Festa do Tropeiro, a organização passou para a prefeitura municipal. Dois motivos são apontados para essa mudança na gestão:

- O crescimento da manifestação, que trouxe cada vez mais pessoas para a cidade, fazendo com que seus organizadores não conseguissem mais tomar conta de tudo;

- O poder político que, ao ver o sucesso da manifestação a tomou para si sob o argumento de que a comunidade não sabia lidar com a imensidão do evento. “(...) pode deixar que eu faço, quando vê, excluíram os caras e fizeram mesmo. E como é que eu consigo mostrar que eu sou capaz? Mostrando que você é imbecil, não sabe, não adianta!” (INFORMAÇÃO VERBAL)³¹. Essa transição acarretou grandes e significativas mudanças na organização da festa. Com fins lucrativos, a prefeitura passou a agregar elementos que não agradaram aos tropeiros ou aos mais velhos.

A organização está fundada em relações de comércio. Com uma verba que gira em torno de R\$ 150.000,00 a R\$ 200.000,00, a festa constrói grandes estruturas para entreter os visitantes, investindo em segurança e sanitários, por exemplo. O caráter íntimo da festa não existe mais, apesar de ainda existirem alguns resquícios da parceria realizada no passado para que a festa aconteça.

Com uma grande estrutura que começa a ser delineada no mês de maio de cada ano, com o agendamento de apresentações e atividades, o secretário de turismo Francisco Togeiro é quem coloca a festa “para funcionar”, com cerca de 500 pessoas envolvidas nas atividades operacionais (da festa e do rodeio), sendo 80 deles seguranças que atendem aos três dias da Festa do Tropeiro, que conta, inclusive, com o apoio e a supervisão da Polícia Militar.

A estrutura da festa é de grande porte, pois está distribuída (desde 2011), em três praças da cidade: a Praça do Tropeiro, Praça Mário de Paula Cardoso, e na Praça da Matriz. Inicialmente realizada na Praça do Tropeiro, a festa concentrava os participantes somente naquele espaço, depois a manifestação estendeu-se para a Praça da Matriz – situada em frente ao casarão da Fundação Nacional do Tropeiro, com o objetivo de atingir um público que gosta de outros tipos de música, diferente do sertanejo da Praça

³¹ Entrevista concedida à autora no dia 01/mar/2012 pelo sociólogo Oclio Ferraz. Na citação, o sociólogo se refere à interferência do poder público que foi tomando conta, aos poucos, da manifestação.

do Tropeiro. E, em 2011, foi a primeira vez que a festa se estendeu para mais uma praça da cidade, configurando em um rearranjo dos públicos de acordo com Francisco Togeiro:

(...) você tem atrações diferentes para públicos diferentes. Se você vem na praça da matriz, é uma atração mais jovem. Este ano de 2011 nós tivemos três palcos, foi o primeiro ano que nós tivemos três palcos. Aqui na Praça da Matriz ficou a parte de eletrônico – pro pessoal que gosta, porque a nossa festa está diversificando, é uma festa popular então ela diversifica e tem que atender esses públicos. A Praça do Tropeiro ficou com o tradicional e no terceiro palco da praça Mário de Paula Cardoso, que foi com bandas de *pop rock*, de axé, pra pegar um terceiro meio (INFORMAÇÃO VERBAL).

De acordo com a fala do secretário, podemos perceber a intervenção na setorização do público, que teve como consequência, por exemplo, melhor distribuição do trabalho da segurança.

A movimentação econômica é grande: são gerados cerca de 500 trabalhos temporários nos dias da festa, sendo que muitas barracas são dos próprios moradores de Silveiras, com a peculiaridade de que, segundo Togeiro, essas barracas dedicam-se à venda do café, geralmente muito procurado no sábado e domingo pela manhã.

A estrutura montada para receber os visitantes é enorme. Nas praças há a instalação de equipamentos de som potentes, e as praças do Tropeiro e Mário de Paula Cardoso, receberam os palcos para os *shows* realizados no ano de 2011. As atrações escolhidas prezam por nomes mais conhecidos, mesmo que regionalmente, como a dupla Fábio Satim & Luciana, que esteve presente no palco principal.



Figura 17.
Palco principal.
Visão do palco na Praça do Tropeiro com o show de Fábio Satim & Luciana.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 18.
Apresentação de artistas de rua.
29 de agosto de 2010. Da autora.

A missa foi uma das atividades que também colocada no palco, e, em 2011, aconteceu no mesmo destinado aos principais *shows* da festa. No entanto, como foi dito anteriormente, a missa continua sertaneja, com o coral entoando cânticos ao som da viola.



Figura 19.
Missa sertaneja.
28 de agosto de 2011. Da autora.

O cenário que envolve a festa foi influenciado pela mudança, ao passo que, sob a organização da prefeitura municipal de Silveiras, foi permitida a entrada e venda dos mais diversos tipos de produtos. Hoje se pode encontrar na festa artigos como: brinquedos, barracas de jogos, parque de diversões, variados tipos de comida – do pão com linguiça ao espetinho de camarão –, roupas, óculos escuros, entre outros.



Figura 20.

Rua que liga as praças de Silveiras.

Vista da Fundação Nacional do Tropeiro das barracas de artigos, com destaque para os brinquedos e o artesanato hippie. 29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 21.

Rua de acesso à Praça da Matriz.

Vista da Fundação Nacional do Tropeiro das barracas de artigos, com destaque para os churros e a barraca de bebidas, conhecidas por "Caip Frutas". 29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 22.
Barraca de lanches.
29 de agosto de 2010. Da autora.

Apesar de todas as influências, a organização ainda preserva a comida tropeira: vendida no mesmo Rancho do Tropeiro desde o início da festa e é apresentada ao público durante o cozimento no fogão à lenha. As pessoas responsáveis por fazer a comida e vendê-la no dia da festa não atuam como voluntárias, pois aos cozinheiros – bem como aos outros colaboradores – por exemplo, é paga uma quantia, que, de acordo com o tropeiro Jerônimo Costa, fica entre R\$ 100,00 e R\$ 120,00.



Figura 23.
Rancho do Tropeiro.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 24.
Preparação do almoço tropeiro.
O almoço é apresentado aos moldes antigos, feito sob o fogo à lenha.
29 de agosto de 2010. Da autora.

Para o Desfile das Tropas, a organização se vale da colaboração de conhecidos, proprietários de animais que se disponibilizam a comparecer à festa. Nesse quesito a prefeitura atua com o sistema de permuta, oferecendo aos participantes transporte, hospedagem, e alimentação para todos da comitiva durante os dias em que ficarão na cidade. Francisco Togeiro explica que é por meio da troca que as comitivas convidadas desfilam em Silveiras:

São muitos amigos que nos ajudam, é gente que não vai ter que pagar, você oferece um serviço. Eu te dou tudo, você vai lá desfilando pra mim? (...) a gente convida e vai buscar, porque Silveiras não tem muita tropa, na prática tem um carro de boi funcionando hoje em Silveiras, porque ninguém vive disso aqui. Mas, por exemplo, Piquete, Delfim Moreira, nós trazemos tudo de caminhão (INFORMAÇÃO VERBAL).

Há comitivas de várias cidades presentes na Festa do Tropeiro, no entanto, os elementos apresentados no Desfile das Tropas, em sua maioria, não condizem com a rotina do tropeiro. Como citado, o carro de bois não era usado pelo tropeiro, nem os cavalos, somente as mulas e seus enormes balaies para carregar a mercadoria. Mas no Desfile, é possível ver outros tipos de transporte, como a charrete, a carroça, e outros tipos de animais, como os cavalos e, até mesmo, bois e búfalos ensinados.



Figura 25.
Desfile das Tropas.
Carro de bois do município de Marmelópolis, MG, no Desfile em Silveiras.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 26.
Desfile das tropas.
Cavaleiros de Biritiba Mirim, SP, no Desfile em Silveiras.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 27.
Desfile das Tropas.
Charrete.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 28.
Desfile das Tropas.
Apresentação com os animais.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 29.
Desfile das Tropas.
Apresentação com os animais que são ensinados a fazer performances para o público.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 30.
Desfile das Tropas.
Apresentação com búfalos.
29 de agosto de 2010. Da autora.



Figura 31.

Desfile das Tropas.

Representação das mulas e os balaies onde carregavam mercadorias – 29 de agosto de 2010.

Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-programacao-2010.html>>. Acesso: fev/2012.

A Fór-Mula está presente desde o início da festa e foi mantida, ela acontece aos sábados depois do almoço, por volta das 14h. O local onde acontece a corrida hoje é chamado de Mulódromo e reúne corredores, os animais e os espectadores. No cenário é possível observar a existência de carros com equipamentos de som que animam a plateia durante o evento.



Figura 32.
Fór-Mula.

27 agosto de 2011. Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-programacao-2010.html>>. Acesso: fev/2012.



Figura 33.
Fór-Mula.

27 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-programacao-2010.html>>. Acesso: fev/2012.



Figura 34.
Fór-Mula.

Destaque para o equipamento de som no carro –27 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://www.silveirasemfoto.com/p/festa-do-tropeiro-programacao-2010.html>>. Acesso em fevereiro de 2012.

Em 2001, a prefeitura decidiu realizar na cidade um rodeio que foi incorporado à programação da Festa do Tropeiro. Segundo Togeiro, a iniciativa ocorreu para acompanhar “(...) essa modernidade das festas, que foi quando o rodeio estourou no Brasil, né, década de noventa ali e começo dos anos 2000” (INFORMAÇÃO VERBAL). De acordo com a organização, além de incrementar a festa, o rodeio é uma oportunidade para as pessoas da cidade poderem se divertir, já que muitos moradores não podem participar da Festa do Tropeiro enquanto espectadores, pois aproveitam a oportunidade para trabalhar. Realizado uma semana antes do último final de semana do mês de agosto, o rodeio é uma forma de atrair mais público para a cidade, modernizando a Festa do Tropeiro, de acordo com as palavras de Togeiro.

Como no passado, a relação da festa com a mídia é um ponto a ser considerado para esta pesquisa. Há um plano de divulgação proposto por Togeiro e é composto pelas seguintes medidas:

- Cartaz: com um mês de antecedência à festa, a arte para o material gráfico já está pronta. São distribuídos de 1.000 a 1.500 cartazes em cidades que vão de São José dos Campos (SP) a Rezende (RJ), geralmente colocados em locais de interesse e de

grande circulação. Existe uma procura por parte dos comerciantes, amigos e pessoas de outras cidades que realizam excursões para o evento;

- Rádios: a propaganda é gravada em estúdio pela própria organização da festa, com o objetivo de padronizar o conteúdo a ser veiculado. A abrangência é regional com rádios de Cruzeiro, Lorena, Guará e Pindamonhangaba. “(...) quando o orçamento está bom a gente consegue trabalhar com uma rádio maior” (INFORMAÇÃO VERBAL)³², como a BAND Vale;

- Jornais impressos: divulgação voltada para o regional, nas cidades de Cruzeiro e Cachoeira Paulista.

- Televisão: a TV Vanguarda (filial da Rede Globo no Vale do Paraíba) é a única na qual a organização faz propaganda, mas trata-se de “(...) uma mídia mínima, dez chamadas, no máximo, durante uma semana, sete chamadas, dez chamadas, porque já é muito grande, já está muito difundido” (INFORMAÇÃO VERBAL)³³.

- *Internet*: é utilizado o site da prefeitura municipal para abrigar um *banner* com a programação da festa, e um *mailling* de contatos para os quais o *banner* é enviado. A Festa do Tropeiro não está nas redes sociais.

A seguir, o cartaz de divulgação veiculado em 2011:

³² Francisco Togeiro.

³³ Idem.



Figura 35

Cartaz da 30ª Festa Nacional do Tropeiro de 2011.

Disponível em: <<http://www.portalr3.com.br/2011/08/silveiras-realiza-a-30%C2%AA-festa-nacional-do-tropeiro/#.UAheUfXk-A8>>. Acesso: fev/2012.

Pode-se perceber a significativa mudança ocorrida na manifestação, com a inclusão de itens não pertencentes ao ideal do tropeiro, sob a explicação de que a festa, assim como todas as outras, precisa se modernizar para atender a todos os públicos. Neste ponto encontram-se os elementos ressignificados e reinventados de acordo com as necessidades percebidas pela organização de oferecer outros tipos de atrativos, com o objetivo de expandir o público alvo e, conseqüentemente, aumentar a festa.

No entanto, ainda há o motivo do tropeiro em outro elemento também disponibilizado pela organização: as camisetas daqueles que trabalharam na edição anterior ao cartaz reproduzido.



Figura 36.
Uniforme.
29 de agosto de 2010. Da autora.

5.3. Tradição x atualidade: conflitos e divergências

A partir da cadeia de produção cultural que se instalou desde a primeira edição da Festa do Tropeiro, pode-se observar a variação existente durante todo o processo até a manifestação vista nos dias de hoje nos itens elencados a seguir.

5.3.1. Estrutura

A partir desse quesito é possível entender a ideia de Sodré quando afirma que a cultura, a partir da industrialização, serve cada vez mais à reprodução das relações capitalistas (SODRÉ, 2001), pois as mudanças estruturais não aconteceram antes devido à firmeza dos organizadores em manter a festa como fora pensada desde o início.

Entretanto, com a intervenção do poder público, houve a inserção de elementos com objetivos de atrair mais público, conceito presente por várias vezes na fala do secretário de turismo da cidade. Conseqüentemente, com o aumento do número de pessoas, a disposição da festa precisou ser alterada e estendida para novos espaços (como para as outras duas praças da cidade). Porém, a mensagem passada nesses novos espaços não condiz com o movimento tropeiro, como gêneros musicais diferentes do sertanejo e da música de raiz. Da mesma forma que a incorporação do Rodeio à festa também não corresponde ao tropeirismo e a modalidade é referenciada, pois, como mostrado no cartaz de divulgação de 2011, não há alusão ao tropeiro, como visto nos primeiros cartazes, e sim à imagem de um peão de boiadeiro em uma arena de rodeio. Contradição vista no uniforme usado por aqueles que trabalhavam para a prefeitura na organização em 2010, no qual está o motivo tropeiro estampado.

A festa, hoje chamada de “Nacional”, tem a infraestrutura comprometida pelo fato da cidade ser pequena e a festa estar concentrada em toda a área central. Os estacionamentos não comportam a quantidade de veículos, todo terreno desocupado se converte em local para guardá-los, segundo Togeiro, e os ônibus não ficam estacionados na cidade: eles entram, desembarcam os passageiros e vão para um local distante do centro.

Apesar de o secretário de turismo afirmar que há estrutura para atender a todos os visitantes, uma das artesãs³⁴ do ateliê de artesanato Entre no Paraíso, diz que “a cidade fica lotada de ônibus que chegam de madrugada, e as pessoas passam o dia bebendo, parece uma festa de peão, cheio de cavalos e bêbados” (INFORMAÇÃO VERBAL)³⁵.

A comparação com uma “festa de peão” pode ser entendida como a aculturação: resultado da interação entre dois sistemas culturais distintos:

É praticamente impossível imaginar a existência de um sistema cultural que seja afetado apenas pela mudança interna. Isto somente seria possível no caso, quase absurdo, de um povo totalmente isolado dos demais. Por isto, a mudança proveniente de causas externas mereceu sempre uma grande atração por parte dos antropólogos. Para atendê-la foi necessário o desenvolvimento de um esquema conceitual específico. Surge, então, o conceito de aculturação (LARAIA, 2001, p. 96).

³⁴ A entrevistada preferiu não ser identificada na pesquisa.

³⁵ Entrevista concedida à autora por e-mail em jul/2012.

Nesse caso, é possível afirmar que a cultura tropeira foi suprimida pela festa do peão, que tem como principais personagens os cavaleiros, o rodeio, animais (cavalos e bois), vestimentas características e que podem ser vistas na festa: chapéu, botas, cintos com fivelas, etc.

No que diz respeito à estrutura, mais mudanças estão por vir. A Festa do Tropeiro passará a acontecer em um centro de eventos, orçado em R\$ 1.700.00,00 e, de acordo com o secretário de turismo, a entrega dos documentos está em fase final e a verba já foi autorizada pelo Governo Federal através do Ministério do Turismo. Trata-se de um centro genérico, no qual serão construídos campo de futebol, ginásio, em uma grande estrutura que deverá abrigar a Festa do Tropeiro, entre outros eventos da cidade.

Nós vamos criar um outro espaço, vamos construir um espaço para receber eventos. Da mesma forma que você anda em Silveiras, que você vê o tropeiro: você vai na praça do tropeiro, tem o rancho tropeiro, a estátua do tropeiro, no portal tem a estátua do tropeiro com a mula, tudo isso... Então nós vamos criar nesse centro de eventos uma ambientação voltada para o tropeiro. Não é que as pessoas vão deixar de visitar a cidade, mas na época do evento – que é esse evento grande, que a gente recebe pessoas praticamente do Brasil inteiro – a gente vai ter condições de atender essas pessoas (INFORMAÇÃO VERBAL)³⁶.

Como coloca Togeiro, há a ambientação já feita na cidade para receber os visitantes, e o mesmo será feito no centro de eventos que será construído. Trata-se novamente da setorização e da resignificação de um novo espaço para poder acolher as pessoas que buscam a Festa do Tropeiro, além da completa transformação da festa, antes de caráter rural, para o urbano, de acordo com a classificação de Giménez citada por Canclini (1983) – do local aberto, ao ar livre, para um espaço fechado.

Sob esse aspecto é possível pensar de formas diversas, pois a mudança, mesmo com a ambientação proposta pelo poder público, pode causar a perda da identidade em relação à manifestação. No entanto, ela se caracteriza como mais uma forma de modernização da festa e que pode resultar em melhor infraestrutura para atender aos visitantes. Apesar de tudo, a pesquisa considera uma perda, pois colocar a festa em um ambiente que será usado para diversas atividades e ambientá-lo para receber a Festa do

³⁶ Palavras do secretário de cultura, Francisco Togeiro.

Tropeiro não terá a mesma identificação com o público, e causará, de fato, um estranhamento principalmente àqueles que acompanham a festa há muito tempo.

5.3.2. Público-alvo

De acordo com Togeiro, a divulgação é voltada para o núcleo familiar, o que se justifica pelo fato de a família gastar mais, aproveitar melhor a festa e não causar problemas à administração e organização do evento. Mas variados grupos podem ser encontrados na Festa do Tropeiro. A presença de idosos, adultos, jovens e crianças é praticamente equiparada – apesar de não haver dados oficiais –, no entanto, é possível notar um número maior de jovens entre 18 e 35 anos.

A mudança do público que hoje participa da festa foi notada pela artesã do ateliê Entre no Paraíso:

O problema é que são outros tipos de pessoas que vêm à festa. Antes a festa era voltada para arte e cultura, vinham famílias, com seus carros próprios, etc. (...) As famílias que vinham, não vêm mais, pois não querem este tipo de festa, lotada de barracas de linguíça e *caipfruit* por toda a cidade (INFORMAÇÃO VERBAL).

Pode-se notar a presença de elementos antes inexistentes na festa e a associação de uma manifestação a outra, de uma forma invasiva e prejudicial através da fala da entrevistada, que considera o fato um problema para a festa. Problema esse tratado pela prefeitura como a modernidade da manifestação que precisa acompanhar as outras festas.

O objetivo da organização foi alcançado ao passo que o número de pessoas que participa da festa é satisfatório, porém, de acordo com os depoimentos, os visitantes perderam o interesse pela cultura e arte que estiveram presentes como protagonistas no passado. E esse novo público reflete no aspecto econômico da festa.

5.3.3. Aspectos econômicos e culturais

A Festa do Tropeiro é responsável pelo movimento econômico de um ano em um mês na cidade, de acordo com Togeiro. Além dos moradores que participam desse “giro”, há muitos barraqueiros que vêm de outras cidades para fazer o comércio na festa.

Apesar de o principal prato ser o almoço tropeiro, oferecido no domingo no Rancho do Tropeiro e em outros estabelecimentos como em um bar situado em frente à Praça do Tropeiro, a gama de itens alimentícios é enorme: sanduíches, doces, camarão no espeto, bebidas em geral, entre outros.

Por serem mais rentáveis, as barracas de alimentos e bebidas crescem em número, tomando espaço das barracas de expositores de artesanato, cujo tema foi o embrião da Festa do Tropeiro com a Silveirarte. Mesmo assim, é possível encontrar pontos de vendas pelo entorno do centro da festa, e há um ponto garantido na Fundação Nacional do Tropeiro.

Maria Isalete Monteiro Fialho, presidente da Associação silveirense de artesãos e empresas produtoras de artesanato (ASAIEPA), afirma que o movimento de vendas dos artesãos não é grande³⁷; contrariando a fala de Togeiro, na qual o secretário explicou que, em suas conversas com os expositores, há o relato da produção e venda de metade do que seria vendido no ano.

A fala de Maria Isalete é confirmada pelo artesão Sandro Benedito da Silva:

No início a festa era mais voltada para a tradição Tropeira e artesanato, hoje ela tomou uma proporção muito grande e se tornou uma festa popular com um número grande de pessoas, com isso houve uma diminuição no número de pessoas que expõem seus artesanatos (INFORMAÇÃO VERBAL).

E da artesã do ateliê Entre no Paraíso:

Para nós do atelier Entre no Paraíso o movimento da Festa do Tropeiro é muito ruim, vem muita gente mesmo (a cidade não tem infraestrutura para tanto), mas infelizmente a maioria são pessoas que não vêm para apreciar a cultura, a arte e comprar artesanato, e sim para dançar e beber na festa, esta festa perdeu a característica cultural

³⁷ A ASAIEPA não possui dados sobre a quantidade dos artesãos existentes em Silveiras, nem sua produção ou números de vendas. Nesta pesquisa acataram-se as informações proferidas por Maria Isalete enquanto presidente da Associação e o seu contato com os artesãos para legitimar a informação.

que tinha antigamente, agora é só bagunça (INFORMAÇÃO VERBAL).

De forma oposta, reage a rede hoteleira. Os hotéis e pousadas da cidade ficam com a lotação esgotada durante os dias da festa. Na Pousada e Restaurante Pouso do Tropeiro a indicação para os visitantes é fazer a reserva com um mês de antecedência, pois de última hora é praticamente impossível conseguir uma vaga. No início do mês de julho, naquela pousada, as reservas somam metade das vagas existentes.

Dentre as formas de participar dessa cadeia, estão os estacionamentos: os terrenos em torno das atividades da Festa do Tropeiro são convertidos em estacionamento, tornando-se, também mais uma forma de renda dos municípios. E os negócios não ficam somente no patamar da estrutura e alimentação, um dos serviços oferecidos por uma empresa privada é o passeio de helicóptero, que proporciona a vista panorâmica do evento.

Também de acordo com as duas falas acima é possível remeter a dois conceitos de extrema importância: cultura e cultura popular.

Na fala de Sandro Benedito da Silva, pode-se observar a presença de elementos que indicam que a festa, em seu início, não era considerada popular, tratava-se de uma manifestação tradicional, sem a presença do grande público. Fato que mudou de acordo com o entrevistado, pois a festa torna-se popular a partir do momento em que ela cresce e abarca maior número de pessoas.

Já para a artesã do ateliê Entre no Paraíso, o conceito de cultura fica bem claro quando afirma que a festa perdeu a característica cultural do passado, ou seja, a tradição, e tornou-se apenas mais uma festa como todas as outras, levando a crer que a cultura, para ela, gira em torno da arte, da festa enquanto produtora de cultura através do artesanato, das relações estabelecidas entre o público que a frequentava a Festa do Tropeiro no início em divergência com o que é visto atualmente.

5.3.4. Comunicação e mídia – Folkcomunicação e Folkmídia

Quando Ocílio Ferraz propôs aos tropeiros a execução de uma festa que pudesse atrair as pessoas de fora para conhecer a cidade e colocar Silveiras na rota do turismo

rural e movimentar a economia, o sociólogo afirma que entrou em contato com pessoas que poderiam aceitar participar do projeto, mas, sobretudo, pessoas ligadas ao tropeirismo, que tivessem um bom relacionamento com a comunidade para poder espalhar a ideia e fazer com que ela partilhasse da mesma. Para tanto, Ocílio buscou aqueles que ajudaram a construir a história da cidade: os tropeiros. Jerônimo Costa, tropeiro desde os 13 anos de idade, já andava pela região contando as histórias dos viajantes e passou a fazer parte da organização da festa com mais três tropeiros.

Para a comunidade, os cinco – Ocílio Ferraz, Jerônimo Costa, Nenê Emboava, João Mequeco e Tião Batista – agiram como os líderes de opinião na organização, na convocação das pessoas para participar, na elaboração e aplicação das regras, no se colocar à frente para realizar o evento que julgavam importante para a cidade.

O conceito do líder de opinião trata daqueles que falam para a comunidade em uma posição de destaque, não necessariamente como os meios de comunicação ou intelectuais, pois

(...) na Folkcomunicação há maior elasticidade em sua identificação: os líderes agentes-comunicadores de folk, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência, sem uma consciência integral do papel que desempenham (BELTRÃO, 2004, p. 80).

O papel de líder de opinião – em particular – de Ocílio Ferraz estendeu-se para a comunidade envolvida com a mídia, pois, devido aos amigos que possuía nos meios de comunicação fizeram com que a imprensa estivesse presente na Festa do Tropeiro, formando a rede de comunicação que auxiliou na construção e disseminação da festa.

Hoje não é possível reconhecer um líder de opinião na Festa do Tropeiro, pois a organização está centralizada no poder público que divulga as datas, a agenda de atividades, bem como os *shows* e as atrações que deverão compor o evento. De forma que a comunidade, nem com representantes, participa do processo de organização da festa, a tarefa é feita exclusivamente pela prefeitura.

Fato que indica a mutação citada por Benjamin (2004, p. 137): no passado, o amadorismo do festeiro era considerado tradição, a honra em organizar a festa para a comunidade através do esforço de levantar recursos, sejam eles próprios ou por meio de doações e da mobilização da comunidade; hoje a honra não existe mais, há uma

disputa, pois o objetivo é ganhar dinheiro com essa função, denominada pelo autor como “promotor cultural” ou “promoter”, ou seja, “na cultura de massa, o festeiro virou profissional”. No caso da Festa do Tropeiro, essa função é da prefeitura na pessoa do secretário de cultura, Francisco Togeiro, responsável pela organização de todo o evento.

Como citado, a presença da mídia teve participação essencial no processo de construção da Festa do Tropeiro e sua divulgação, tal proximidade dos meios de comunicação de massa deu-se por pessoas conhecidas de Ocílio Ferraz. Por esse motivo, a rede de comunicação formada atingiu a imprensa da região e fez com que a divulgação fosse realizada em grande escala e trouxesse maior público a cada edição da festa. Para Ocílio, a mídia foi a responsável pela criação da aura bucólica que a cidade possui até hoje e, com isso, manteve-se no imaginário das pessoas.

Aqui se pode perceber a presença da Folkmídia, quando a comunicação de massa, nesse caso especificamente o jornal impresso e a televisão, apropriou-se de tal manifestação incorporando-a à rotina de produção da informação. Ao mesmo tempo, essa inserção teve consequências na manifestação citada, pois foi considerada vitrine para que trouxesse mais público para a cidade em seu início.

Em pesquisa feita entre os anos de 1997 a 2008 no acervo *online*³⁸ do jornal O Valeparaibano, pode-se acompanhar o crescimento da festa ao longo desses 10 anos. E, a partir do conteúdo, é visível o crescimento a partir dos dados encontrados nas matérias.

Festa do tropeiro deve reunir 20 mil

Termina amanhã em Silveiras a 17ª edição da Festa do Tropeiro, uma das mais tradicionais do Vale do Paraíba. O tema do evento em 97 é a religiosidade. A organização do evento está estimando que mais de 20 mil pessoas visitem o município histórico durante este fim-de-semana. As ruas centrais da cidade estão interditadas desde quinta-feira para veículos. As barracas de comidas típicas e palcos já estão montados na Praça da Matriz.³⁹

³⁸ Tal endereço eletrônico não está mais disponibilizado pela internet devido a trâmites legais já indicados por esta dissertação. A pesquisa foi realizada no ano de 2009 pela autora da dissertação, antes do site ter sido retirado do ar. A isso deve-se a ausência dos endereços eletrônicos nas respectivas publicações.

³⁹ Matéria publicada no dia 30 de agosto de 1997, por Fábio Zambeli. Jornal O Valeparaibano.

Tradicional Festa do Tropeiro acontece em agosto em Silveiras

A Festa do Tropeiro de Silveiras é a mais tradicional da cidade e reuniu no ano passado 30 mil turistas no último final de semana de agosto. A previsão é de que este ano o evento seja ampliado para todos os finais de semana do mês.

O oficial de gabinete da prefeitura, Antônio de Santa Terezinha Maciel, disse que a festa está crescendo a cada ano e que por isso já há a necessidade de ampliar os dias de festa.⁴⁰

Silveiras vira capital do tropeirismo

Shows musicais, torneio leiteiro, folia de reis, festival de comida tropeira e até passeios ecológicos montados em burros. Isto é um pouco do que oferece a tradicional Festa dos Tropeiros de Silveiras, que está sendo realizada todos os finais de semana do mês de agosto.

A estimativa da prefeitura é de que cerca de 30 mil pessoas participem do evento a cada fim de semana. Nos anos anteriores a festa acontecia somente no último final de semana do mês, mas com o aumento do número de visitantes o evento foi estendido.

Quem quiser lembrar como era a vida dos tropeiros no século 18 basta reservar um passeio com a Cia da Tropa, que foi instalada no município este mês. Os objetivos da prefeitura é incentivar o turismo rural e ensinar à população jovem da cidade as tradições do ciclo do tropeirismo. Também foi instalada na cidade nos últimos meses a Fundação Nacional do Tropeirismo.

Um dos integrantes da Cia é o tropeiro Valdo Vaz, de 71 anos, que trabalhou no ramo por mais de 50 anos na Serra da Bocaina, na divisa de Silveiras com Areias. Ele é o coordenador dos passeios. Sua tropa tem os apetrechos originais feitos manualmente de couro cru, para que o turista possa se sentir em um túnel do tempo.

O passeio inclui rotas na Bocaina, com paradas para aquela comida típica tropeira. Na sede da Cia da Tropa os participantes poderão, antes de sair para o passeio, ter acesso à informações sobre a história dos tropeiros através de vídeos e até aprender a conduzir uma tropa. A Cia fica na avenida Carvalho Pinto, 220.

FESTA - No próximo sábado a partir das 12h acontece o Festival de Comida Tropeira, no Rancho do Tropeiro, centro da cidade. Às 14h ocorre a final do Torneio Leiteiro no Recinto de Exposições do Sindicato Rural de Silveiras. Às 16h haverá a apresentação da Banda Marcial Paula França, na praça da Matriz, e às 20h a peça teatral O Saci será exibida pelo grupo de Taubaté.

No domingo o Festival de Comida Tropeira se repete a partir do meio-dia. À noite haverá a apresentação de uma Folia de Reis pela escola de artes Professor Fego Camargo.

No dia 27, quinta-feira, às 10h, uma tropa vai se dirigir até a Basílica Velha, em Aparecida, fazendo desfiles pela rodovia Dutra.

No sábado do dia 29, às 14h, será realizado um Rally de Carroça e a 18º Fórmula, no Circuito Oval do Sindicato Rural. A partir das 20h ocorrerão shows típicos com artistas da cidade e de outros municípios. A partir das 23h vai acontecer o famoso Arrasta Pé, um baile de forró com o conjunto Astro Rei, na Praça do Tropeiro.

⁴⁰ Matéria publicada no dia 1 de julho de 1998, por Lídia Nogueira. Jornal O Valeparaibano.

A festa será encerrada no domingo. Às 9h será celebrada uma missa, às 10h acontecerá um desfile de tropas, cavaleiros e grupos folclóricos e às 16h o tradicional Arrasta Pé anima os turistas com o conjunto Vale Tudo.⁴¹

Nota

Os turistas que passarem pela Festa do Tropeiro, em Silveiras, vão consumir cinco toneladas de torresmo. Todo esse arsenal está sendo preparado no Rancho do Tropeiro, instalado na praça central, e nos restaurantes e pousadas da cidade. A festa acontece até o final do mês e a principal atração é mesmo a culinária regional. O encerramento é no dia 28, com show de Pena Branca e Xavantinho.⁴²

Comida tropeira é a principal atração da festa

Feijão cozido, toucinho frito, carne seca, linguiça defumada e tempero. Esses são os ingredientes do tradicional prato feijão tropeiro, que pode ser encontrado em Silveiras, este mês ainda com mais facilidade nos finais de semana de agosto devido à Festa do Tropeiro.

Se você quiser saborear um prato tropeiro num lugar bem sossegado basta comparecer à festa. O Festival de Comida Tropeira está sendo promovido todos os finais de semana no Rancho do Tropeiro pela Cia da Tropa e faz parte da programação do evento.

O feijão é o mais tradicional e conhecido. Mas o turista pode aproveitar a oportunidade para deliciar outros pratos típicos como a vaca atolada, a quirera com frango, o arroz tropeiro e um pastel tropeiro. O pastel é uma criação do jornalista João Rural. A massa do pastel é feita de farinha de milho e recheado com uma mistura de carne seca e torresmo. Aprenda a preparar esses pratos lendo texto nesta página.

A cidade já é conhecida pelo artesanato, pelo sossego das pousadas e hotéis, pelos passeios a cavalos, burros, e até pela sua marca na Revolução Constitucionalista de 32. Até hoje moradores da cidade guardam objetos como capacetes e balas que foram usadas durante as batalhas no município.

Mas o prefeito José Hélio Tavares (PSDB) está investindo para que a gastronomia se fortaleça e seja uma atração da cidade não só durante a festa.

ORIGEM - Os tropeiros faziam longas viagens em lombos de burros atravessando serras para chegar ao litoral ou ao sertão de Minas Gerais. Eles transportavam no século 18 mercadorias vindas da Europa, depois o ouro de Minas Gerais e em seguida o café.

Com as viagens os tropeiros acabavam conhecendo vários tipos de comida e aprendendo a misturar os alimentos. Devido à longa duração dos trajetos eles utilizavam bastante o que a terra oferecia em fartura como a mandioca, o milho, a batata doce, o pinhão e a abóbora.

Os pratos foram sendo adaptados com o passar dos anos com a introdução do feijão, arroz, farinha, fubá e carnes de porco, frango e boi.⁴³

⁴¹ Matéria publicada no dia 19 de agosto de 1998, por Estela Mari Vesaro. Jornal O Valeparaibano.

⁴² Nota publicada no dia 20 de agosto de 1999. Jornal O Valeparaibano.

⁴³ Matéria publicada no dia 19 de agosto de 1999, por Estela Mar Vesaro. Jornal O Valeparaibano.

Silveiras começa preparativos para 21º Festa dos Tropeiros que traz 80 mil turistas à cidade

O município de Silveiras está se preparando para receber cerca de 80 mil turistas durante a 21º Festa Nacional do Tropeiro, que acontece este mês.

Alguns eventos já têm início hoje, promovidos pela Fundação Nacional do Tropeirismo, como exposição de fotos e peças e bailes típicos.

A programação oficial da festa, que está sendo divulgada pela prefeitura, acontece de 16 a 26 de agosto, e conta com o apoio da Fundação, do Sindicato Rural e do CTT (Centro de Tradições Tropeiras) de Lorena.

A cidade tem apostado na recuperação das marcas tropeiras para incentivar o turismo, atrair investimentos e gerar empregos.

Os próprios moradores da cidade afirmam que o tropeirismo ficou esquecido por anos e começou a ser recuperado com o início das festas.

O prefeito Edson Mendes Mota disse que a participação de turistas na festa tem aumentado a cada ano.

Ele acredita que no dia oficial da festa, dia 26 de agosto, que é o último domingo do mês, aproximadamente 40 mil pessoas estejam em Silveiras para apreciar o evento.

Segundo o prefeito o investimento na festa é em torno de R\$ 100 mil. O evento contará com rodeio profissional, forró e a for-mula. (leia programação da festa nesta página).

HISTÓRIA - O prefeito disse que muitos turistas quando vão para Silveiras, grande parte da capital de São Paulo, têm a oportunidade de conhecer um pouco sobre a história dos tropeiros e a importância deles para a região. A cidade conta com um rancho tropeiro, onde acontecem bailes, bingos e eventos gastronômicos, como o almoço tropeiro, possui uma estátua em homenagem ao tropeiro, e sedia a Fundação Nacional do Tropeirismo.

O local conta com livros e objetos antigos como peças que eram usadas em torno de 1800, quando os tropeiros eram responsáveis pelo transporte do ouro de Minas Gerais até portos como o de Parati (RJ).

No ciclo do café eram também os tropeiros quem transportavam em lombos de burros o café recolhido no Vale do Paraíba, que era levado para os portos para ser comercializado.

"O tropeiro precisa ser mais valorizado na história do país, por isso o considero injustiçado. Ele teve contato com os índios, preservou nossas ervas medicinais e ainda nos ensinou a Língua Portuguesa", disse Ocílio Ferraz, que é o presidente da Fundação Nacional do Tropeirismo.

A Fundação, além de hospedagem, serve almoço e jantar tropeiro todos os dias.

MEMÓRIAS VIVAS - O comerciante Clotário Andrade Cintra, 89 anos, conhecido como Pitota, pode ser considerado uma das memórias vivas da cidade.

Ele é dono de um armazém em Silveiras há 78 anos e lembra com saudades as épocas de sua vida nos períodos da 2º Guerra Mundial e da Revolução de 32. Para ele, o tropeirismo levanta a cidade.

Já o seleiro Edi Ferreira de Almeida, 61 anos, que trabalha com a produção manual de acessórios para cavalos e burros, disse que suas encomendas aumentaram 40% por causa da festa do Tropeiro.⁴⁴

⁴⁴ Matéria publicada no dia 03 de fevereiro de 2001, por Estela Mari Vesaro. Jornal O Valeparaibano.

Destaque é corrida de mulas

A 21ª Festa Nacional do Tropeiro de Silveiras contará com diversas atrações culturais, históricas, gastronômicas, de lazer, rodeio e shows musicais.

Um dos destaques é a For-Mula, que é uma corrida de burros que espera receber a participação de cerca de 15 concorrentes na área do Sindicato Rural.

Outra atração, que segundo a prefeitura é uma inovação da festa este ano, é o rodeio profissional entre os dias 16 e 26 de agosto. A entrada no rodeio será gratuita e será cobrada uma entrada de R\$ 5 apenas no dia do show do cantor Frank Aguiar, dia 23 de agosto. Dia em que a cidade pode contar com 20 mil turistas.

Todos os dias serão realizados shows musicais durante o rodeio, que acontecerá no sindicato, e na praça do centro da cidade.

No dia oficial da festa, domingo do dia 26 de agosto, os turistas poderão almoçar comida tropeira no Rancho do Tropeiro, como a vaca atolada e o feijão tropeiro. O prato por pessoa custará entre R\$ 3 e R\$ 4. A previsão é de que sejam distribuídos 4.000 pratos típicos.⁴⁵

A partir das matérias citadas acima, pode-se comprovar o aumento gradativo da festa, tanto em sua estrutura, quanto em relação ao público visitante. Além de notar a presença da mídia na cobertura nos anos descritos, fato que diminui por volta dos anos 2000.

Para Océlio Ferraz, essa participação da mídia no início e até meados dos anos 2000 na divulgação da festa, configura-se como uma das responsáveis pela incorporação do evento na agenda das pessoas. Hoje a festa do tropeiro, como diz Togeiro, é consolidada e não precisa de tal agendamento da mídia para atrair público. A divulgação é feita na região com veículos como rádio e jornais locais; a propaganda na televisão é feita em último caso e com poucas chamadas.

Para verificar a incidência da Festa do Tropeiro nos jornais de maior circulação e a abrangência da festa, a pesquisa qualitativa foi realizada entre os meses de abril e setembro de 2011⁴⁶, através da busca pelas palavras: Festa do Tropeiro, nos jornais “O Vale” e “O Estado de S. Paulo”. Como resultado não foi encontrada nenhuma aparição da expressão.

⁴⁵ Matéria publicada no dia 21 de agosto de 2001, da redação. Jornal O Valeparaibano.

⁴⁶ O período escolhido remete aos meses que compreendem a festa, bem como o início de sua divulgação, que, de acordo com o secretário de turismo, inicia-se em maio.

Apesar de não ser uma presença constante, algumas manifestações aparecem nas páginas dos jornais impressos utilizados para a pesquisa, como a Festa do Divino, Festival de Parintins e – devido ao período – as festas juninas⁴⁷, como é possível verificar em algumas amostras representadas nas imagens:

⁴⁷ A festa junina, evento presente no calendário brasileiro e em todas as regiões do país, é uma manifestação também alterada pela sociedade de consumo, já que faz parte da indústria cultural, de acordo com os estudos de Valdir Jose Morigi – **Narrativas do encantamento**: o maior São João do mundo, mídia cultural e regional. Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.

FÁBIO FRANÇA
ESPECIAL PARA O VALE

✦ CULTURA POPULAR

FESTA DIVINA

Fruto do encontro entre religiosidade e diversas culturas, estão enraizadas na brasileira, a Festa do Divino Espírito Santo tem início nesta sexta-feira em São Luís do Paraitinga. Palco tradicional do evento, que é uma novena, a cidade tomada por símbolos da religiosidade que dividem espaço em apresentações de congadas, moçambique, jongo, entre outros ritmos que dão o tom aos nove dias de festejos.

A abertura do evento será às 18h30 com a procissão das Bandeiras. Às 19h começa a Bênção das Novas Bandeiras do Divino e a novena, que terá a animação religiosa presidida pelo padre Afonso Lobato. Em seguida, às 23h, terá show com a dupla Loro e Lucas, no Coreto Elpidio dos Santos.

Realização. Ao longo da programação, a Festa do Divino, como é mais conhecida, tem como marca unir a cultura popular tradicional com a contemporânea, misturando atuações que remontam histórias tradicionais, passando pelo tradicional Afogado – prato feito em tachos enormes que levam noite inteira para ser preparados e que levam na receita essencialmente carne bovina em legumes cozidos –, até shows de artistas de repertório em músicas populares atuais.

A festa entrou no roteiro das principais tradições populares do país e foi retratada também pelo projeto "Mestres

MOBILIZAÇÃO
Festa também tem catira, fanfarra e shows com duplas sertanejas

Navegantes", do Coletivo Navegantes, apoiado pela Natura Musical, e que tem como objetivo registrar o trabalho de mestres populares de todo o país.

Na parte que cabe à tradição, a figura imprescindível para que aconteça é o festeiro. O eleito para o ano de 2011, José Brando dos Santos, de 62 anos, é estreado no posto.

"O trabalho do festeiro vem desde o começo do ano, recolhendo animais doados pelas pessoas para colaborar com a festa. Doam de tudo, desde bezerro até ganso", conta ele, que depois recolher, vende para comprar o boi para o Afogado.

Paralelamente – e desde o começo do ano – é realizado também o ato de esmolnar, no qual um membro da festa oferece uma oração a um morador, que retribui com uma contribuição para a festa, que pode ir desde dinheiro até alimentos.

Também faz parte o Pousso a Bandeira do Divino, que é a ação de levar o objeto até uma casa. Lá o morador oferece uma janta. Nós rezamos e damos tocanos, ou somente rezamos, depende do gosto da pessoa que recebe", explica.

ramatização. Um dos destaques é a Cavallhada de São Pedro, que remonta o episódio das Cruzadas e o embate entre os mouros e os cristãos, simbolizados pelas cores azul e vermelho, respectivamente.

Contramestre do lado mouro, Carlos Ferreira, 45 anos, participa da encenação desde

FESTA RELIGIOSA
COMEÇA SEXTA
São Luís do Paraitinga abre evento
que mistura tradição popular e religiosidade



Programação Festa do Divino

São Luís do Paraitinga

Abertura
Dia 3 (sexta-feira)
18h30 - Procissão das Bandeiras (saída do Império)
19h - Bênção das Novas Bandeiras do Divino e Novena com o Pe. Afonso Lobato
23h - Show com Loro e Lucas & Banda, no Coreto Elpidio dos Santos

Dia 4 (sábado)
05h30 - Rogação da Ladainha
15h - Apresentação de Congadas e Moçambique
16h - Encontro das Bandeiras com o acompanhamento do Moçambique dos Pimentinhas, em frente ao Estádio Municipal
16h30 - Apresentação da Dança de Fita, em frente ao Império
18h - Novena com o Pe. Antonio Marcondes Barbosa
19h30 - Distribuição gratuita de Afogado, no Mercado Municipal
21h - Show com Zé do Vale & Matagal, no Coreto Elpidio
23h - Show com Douglas e Vinicius, no Coreto Elpidio dos Santos

Dia 5 (domingo)
(Programação parcial)
08h - Missa com o Pe. Edson Carlos Alves Rodrigues
10h30 - Missa com o Pe. Edson Carlos A. Rodrigues
15h - Coroação do Rei e da Rainha da Festa do Divino 2011

Programação completa no link migre.me/4G0Xt

os 10 anos. Todo o processo é ensaiado sem nenhuma ajuda de profissional, apenas pela mobilização dos participantes. "A ação é dividida em três fases e durante as batalhas, há manobras com espadas".

Já na rendição, momento seguinte, está outro ponto crucial da apresentação, que é quando o povo e o exército mouro se revoltam contra seu rei e se convertem ao cristianismo. "Vamos queimar um castelo de ferro de dois metros de altura, simbolizando a queda do império mouro".



1 A dança da fita é uma atividade tradicional na festa

2 Afogado, tradicional pra to feito na festa, começa a ser preparado um dia antes



Figura 37.

Festa Divina

Matéria de página inteira do caderno Vale &, do dia 1 de junho de 2011.

Imagem manipulada pela autora.

junho é mês de...

1 Festa Junina

Não tem para ninguém: quando o assunto é fogueira, quadrilha, bandeirinhas e forró, as festas nordestinas são imbatíveis. Campina Grande, na Paraíba, e Caruaru, em Pernambuco, por exemplo, rivalizam ano a ano pelo título de maior São João do Brasil. Mas os festejos se espalham pela maioria das cidades da região, começam logo no primeiro dia de junho e seguem até o fim do mês. Além das cores vibrantes das vestimentas e enfeites, a comida típica vai fazer com que você queira voltar no ano que vem



7 Summer Stage

Um dos maiores festivais de arte da Big Apple promete mais de 100 apresentações gratuitas espalhadas por 18 parques da cidade, que vão desde pop latino até encenações teatrais. Realizado anualmente há 26 anos, o evento já atraiu cerca de 6 milhões de pessoas ao palco principal, no Central Park. Oportunidade imperdível de visitar o ponto turístico, curtir a energia contagiante de Nova York e escutar boa música. O evento vai até 2 de setembro. Mais: summerstage.org

10 Temporada de esqui

Chegou a hora de tirar do armário seu par de esquis, gorros, luvas, óculos e todos os demais apetrechos que a prática do esporte exige. É neste dia que a temporada de inverno começa oficialmente no Chile e na Argentina. Aproveite a proximidade dos vizinhos e leve



24 Festival de Parintins

É no Bumbódromo que ocorre a anual disputa entre os bois-bumbás Garantido e Caprichoso, na maior festa folclórica do Norte brasileiro. Com fama internacional, o evento atrai para Parintins turistas do mundo todo, atrás das cores, coreografias e ricas tradições locais. A entrada é gratuita, mas há lugares selecionados onde se cobra ingresso. Mais: parintins.com.br

a família para curtir a neve como se deve: arriscando manobras nas pistas, curtindo os hotéis, restaurantes, spas... Mais informações: chileanski.com e skisnowargentina.com.ar



12 Festival Natura Musical

Música brasileira de graça durante todo o dia em diferentes pontos da capital mineira. É o que propõe a primeira edição do Festival Natura Musical a ser realizada em Belo Horizonte. Milton Nascimento, Marcelo Jeneci, Roberta Sá (foto), Maria Gadú e Carlinhos Brown são alguns dos artistas confirmados para o evento, que vai ocupar quatro praças públicas da cidade, das 10 às 22 horas. A programação também inclui atrações infantis, como a banda Pato Fu com o projeto Música de Brinquedo e o grupo Pequeno Cidadão, de Arnaldo Antunes. Mais: naturamusical.com.br

MARCOS DE PAULA/AG

16 Taste of London

Durante quatro dias, 40 restaurantes refinados da capital inglesa vão se transportar para o gramado do Regent's Park e promover uma celebração gastronômica. Com menus especiais que sejam capazes de espelhar as tendências da sua cozinha, chefs de renome vão produzir pratos exclusivos para o evento. De acordo com o tipo de ingresso adquirido, o visitante acompanha as apresentações, prova menus degustação ou pratos completos. O ingresso mais barato custa 22 libras (R\$ 58). Mais: taste-festivals.com/london



OTIVILGAÇÃO

24 Corpus Christi

Tapetes coloridos feitos de sal grosso, serragem e areia são os destaques dos festejos de Corpus Christi. Celebração tradicional em todas as regiões do País (também no exterior), atrai fiéis e turistas. As de São Gonçalo, Caxias do Sul, e Santana de Parnaíba, entre muitas outras, são famosas

25 Jazz em Montreal

Com as ruas fechadas para a circulação de carros, o centro de Montreal se transforma em um gigante palco de apresentações de jazz. Serão mais de 350 shows gratuitos comandados por artistas nacionais e internacionais e 150 atrações em casas de espetáculos - com cobrança de entrada. Até 4 de julho. Mais: montrealjazzfest.com



RODRITUR Turismo Sede própria
PASSAGENS AÉREAS Há 21 anos no mercado
www.rodritur.com.br

PARIS	US\$ 665	NEW YORK	US\$ 790	LOS ANGELES	US\$ 740
ORLANDO	US\$ 789	LOS ANGELES/FLORIANÓPOLIS	US\$ 777		

Av. São Luís, 187 - 2º Edifício - Loja 18 - Centro SP
(11) 3199-3019 / 3259-3882 / 3199-1538

:D Toda sexta no Estádio.
Divirta-se

Figura 38. Agenda. Agenda mensal do caderno Viagem do jornal O Estado de S. Paulo, do dia 31 de maio de 2011.

A artista confere às obras traços que transitam entre o expressionismo e o estilo naïf

✦ ARTES VISUAIS

FESTEJOS RETRATADOS COM AS LINHAS

Exposição em Jacareí enfoca cultura popular

JACAREÍ

A partir de hoje, Jacareí conta com uma exposição que alinhava os vínculos entre a arte e os festejos populares. Intitulada "Duas Faces da Linha", a mostra, assinada pela artista plástica Carol Cândia, surgiu a partir da observação de festas populares no Vale do Paraíba, especialmente nas cidades de Aparecida e São Luís do Paraitinga.

Os trabalhos são apresentados em forma de estandartes elaborados com a técnica do patchwork (trabalhos manuais feitos de pedaços de tecidos emendados) e quilt (costura sobre tecido), e procuram mostrar de forma lúdica um pouco do colorido e das características dos grupos de congada, moçambique, foliões do divino e o pau de sebo - entre algumas das manifestações culturais retratadas.

Currículo. Formada em educação artística na faculdade Santa Cecília, Carol desenvolve trabalhos manuais com linha e agulha em parceria com o pai, o artista plástico Carlinhos Silva, deixando vir à tona toda inspiração e criatividade que carrega desde a infância, marcada pela riqueza da cultura popular.

MOTIVOS
A idealização da mostra surgiu desde a infância de Carol Cândia, que aliou tradição popular com arte

"O contato com as linhas, bordados, fios, tricôs e retalhos, começou na infância, quando aprendi a confeccionar roupinhas de bonecas com a ajuda das minhas avós", revela a artista plástica. Se por um lado as avós des-

peravam o interesse pela arte das linhas e carretéis, o pai proporcionou o contato com colorido das tintas e também despitais.

"Tive uma infância rica em cores. Das tintas e obras de meu pai e das exposições e visitas a museus e lugares que tive a oportunidade de visitar", comenta.

Arte. Sem restrições quanto a fórmulas, este tipo de artesanato pode ser aplicado a almofadas, colchas, mantas, capas para sofás e se estendem até o patamar de arte, com painéis de parede feitos sob o estilo expressionista.

Serviço. A exposição pode ser visitada gratuitamente no auditório da secretaria de educação de Jacareí. Endereço: rua Lamartine Delamare, 69, Centro. Mais informações pelo telefone (0xx12) 3955-9200. ●

Figura 39.

Festejos retratados com as linhas.
Matéria do caderno Vale &, do dia 2 de agosto de 2011.

O bolinho caipira é item tradicional e marca da região

✦ ARRAIÁS

É TEMPO DE FESTAS JUNINAS. APROVEITE!

São José tem opções diversificadas para curtir as delícias típicas

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

A temporada de Festas Juninas está aberta em São José. Os apreciadores dos pratos típicos vão encontrar em opções espalhadas pela cidade - aos finais de semana - diferentes possibilidades com preços acessíveis.

Embora a tradição do interior prevaleça, nos cardápios é possível encontrar misturas com pratos mais novos. Este é o caso do espeto de morangos coberto com chocolates, que está presente na tradicional festa realizada no asilo Santo Antonio, que fica na região central da cidade.

Além do morango, também fazem parte do cardápio itens tradicionais, como os doces de abóbora e batata, pipoca o vinho quente e o queentão (a bebida quente mais famosa das quermesses e Festas Juninas, feita a partir da mistura de aguardente, gengibre, açúcar e especiarias).

Para os que vão com crianças ao evento, a pescaria é uma

Pátio do Arraiá do Frederico

INOVAÇÃO
Os bolinhos caipiras, o vinho quente e o queentão, dividem as atenções nas festas com receitas modernas

Festa Junina realizada pela paróquia da Sagrada Família. Além das bebidas típicas, a organização só oferece refrigerantes e sucos. Todo o espaço da praça de alimentação - que

do bingo, realizado em todas as noites do evento. O evento vai até dia 19 e é realizada de sexta a domingos.

Fama. Com um dos bolinhos caipiras mais famosos de São José dos Campos, o Arraiá do Frederico - realizado pela SSV (Sociedade São Vicente de Paula) -, é ponto de parada obrigatória para os apreciadores de uma tradicional receita caipira. "Nós tivemos que colocar uma máquina para ajudar na produção", comenta Adriano Moura dos Santos, coordenador de divulgação da festa.

O aumento abordado por ele é referente à produção em grande escala para dar conta da venda de 12 mil bolinhos por dia de evento. Todos eles são preparados por 18 mulheres assistidas pelos programas sociais da SSV.

O sucesso da receita (que longe do rótulo de secreta, é estampada nos folders de divulgação do evento) veio com uma variação do bolinho feita na cidade. "Em Jacareí fazem

Serviço

Asilo Santo Antônio

A festa vai até o dia 13 e é realizada todos os dias, a partir das 19h
Local: Rua Cel. José Monteiro, 713, no centro de São José
Entrada gratuita
Telefone: (012) 3921-9493

Sagrada Família

A festa vai até dia 19 de junho às sextas, sábados e domingos, a partir das 19h
Local: Rua Padre Rodolfo, 28, Vila Ema
Sexta: show com Sheila e Rangel
Sábado: Banda Caieiras Domingo - Orquestra de Viola da FCCR
Entrada gratuita
Mais informações pelo telefone: (0xx12) 3921-9460

Arraiá do Frederico

Um lugar especial para dizer *eu te amo!*

O amor está no ar na Blue Tree Hotels.

A Blue Tree Hotels preparou um jantar especial para você curtir o Dia dos Namorados cercado de muito romance.

Clima especial em um dia que será inesquecível.

Figura 40.

É tempo de festas juninas. Aproveite.
Matéria do caderno Vale &, do dia 2 de junho de 2011

Por meio da pesquisa pode-se notar que as manifestações populares aparecem em maior número nos exemplares do jornal “O Vale”, devido à proximidade geográfica das mesmas, apesar disso, muitas delas restringem-se somente à agenda de eventos, sem maior profundidade e informações. Já no jornal de abrangência nacional, “O Estado de S. Paulo”, a incidência de inserções de manifestações da cultura popular é escassa, salvo aquelas que já fazem parte do calendário das festas espetacularizadas e “reconhecidas”⁴⁸ pela mídia, como o Festival de Parintins (AM), o São João de Caruaru (PE) e Campina Grande (PB), o Rodeio de Barretos (SP) além do carnaval que permeia o eixo Rio – São Paulo, como citado por Roberto Benjamin (2004, p. 137). A espetacularização é apontada por Marques de Melo como uma transformação auxiliada pela mídia e pelas relações comerciais, que “transformam as festas em espetáculos coletivos, fruídos por usuários dispersos, muitas vezes convocados aleatoriamente, até mesmo fora dos calendários cívicos ou religiosos” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 77).

A Festa do Tropeiro é alvo dos meios de comunicação de massa em relação à cobertura do evento. Togeiro afirma que todos os anos grava matérias com quatro emissoras de TV da região:

- TV Vanguarda: representante da Rede Globo no Vale do Paraíba, com estúdios em São José dos Campos (SP) e Taubaté (SP);
- Band Vale: pertencente ao Grupo Bandeirantes de Comunicação, com sede na cidade de Taubaté (SP);
- TV Aparecida: emissora de televisão com a programação voltada para a religião católica, sua sede fica na cidade de Aparecida (SP), onde também está instalada a Rádio Aparecida;
- TV Canção Nova: emissora também voltada para o público católico, pertencente ao complexo de comunicação composto por rádio e publicações impressas, com sede na cidade de Cachoeira Paulista (SP).

Esse interesse da mídia pela cobertura é explorado por Marques de Melo (2008, p. 78), quando afirma que as festas passam a ter “valor contudístico” e, por isso, ganham espaço na agenda midiática; e por Benjamin (2004) ao relatar que os meios de comunicação de massa são responsáveis por dar continuidade ao processo comunicacional através dessa transmissão e/ou cobertura. No entanto, essa cobertura

⁴⁸ Como manifestações reconhecidas configuram-se as manifestações legitimadas pela mídia, que contam com seu apoio e divulgação de maneira ampla, como o Festival de Parintins, que possui cobertura da mídia, divulgação e sua transmissão ao vivo.

não influencia no agendamento da festa no cotidiano dos visitantes, pois é feita na Festa do Tropeiro, geralmente, no domingo, último dia da festa.

A comunicação espontânea citada pelo secretário de turismo, nesta pesquisa, é reconhecida, nos meios acadêmicos, como Folkcomunicação, a julgar pelas leituras de pesquisadores como Luiz Beltrão, Marques de Melo, Roberto Benjamin etc. Trata-se, com efeito, da comunicação feita pelas pessoas através da oralidade, sem influência dos meios de comunicação de massa, sobretudo os hegemônicos⁴⁹.

Para verificar a existência desse viés, uma amostra de cem pessoas⁵⁰ respondeu, durante a festa – no domingo, dia 28 de agosto de 2011 – a duas perguntas⁵¹:

- Qual a cidade de origem?

(Para verificar a abrangência geográfica da festa)

- Como ficou sabendo da festa?

(Para perceber a origem da comunicação existente no processo)

Como resposta para a primeira questão, encontramos as seguintes cidades demonstradas no quadro:

Aparecida	Lavrinhas
Areias	Lorena
Bananal	Pindamonhangaba
Cachoeira Paulista	Piquete
Caçapava	Queluz
Canas	Roseira
Cruzeiro	Silveiras
Cunha	Taubaté
Guaratinguetá	Tremembé
Itatiaia – RJ	

Quadro 1.
Abrangência.

Cidades encontradas na pesquisa realizada durante o dia 28 de agosto de 2011 na Festa do Tropeiro.

⁴⁹ Por meios de comunicação hegemônicos entendam-se os grandes conglomerados de comunicação provenientes de diferentes tipos de difusão: impresso, televisado, radiofônico ou feito pela internet.

⁵⁰ O número considerado para o questionário foi estipulado em 100 pessoas devido a retratar uma amostra considerável de conteúdo para a pesquisa.

⁵¹ Considerou-se suficiente para atender às inquietações da pesquisa somente as duas perguntas citadas, técnica que também foi utilizada com cautela devido ao ambiente no qual foi aplicada: uma festa na qual as pessoas não gostariam de gastar muito do tempo reservado para entretenimento respondendo às perguntas.

Apesar de estabelecido contato com pessoas das cidades citadas acima, durante a realização do Desfile das Tropas, foram anunciadas comitivas das cidades de Itamonte – MG, Resende – RJ, Engenheiros Passos – RJ e Monteiro Lobato – SP, além das cidades com as quais não se teve contato.

As respostas para a segunda questão proposta informam uma característica da Festa do Tropeiro que diz respeito à forma pela qual a manifestação se propaga⁵².

<i>Meio de Comunicação</i>	<i>Quantidade de pessoas em %</i>
Amigos	12
Cartaz da festa	3
Comparece todo ano	35
Considera tradição	3
Excursão	8
<i>Internet</i>	1
Mora na cidade	3
Mora perto de Silveiras	2
Mudou-se para Silveiras	1
Parentes	15
Rádio	10
Trabalho	3
TV	3
Vizinha	1

Quadro 2.

Propagação.

Formas pelas quais os entrevistados ficaram sabendo da festa em pesquisa realizada durante o dia 28/ago/2011 na Festa do Tropeiro.

A partir dos dados do quadro é possível perceber que os maiores números estão ligados a elementos de comunicação oral: amigos (12%) e parentes (15%), já o meio de comunicação de massa com maior expressão é o rádio (10%).

Outro número que chama atenção é o referente ao item “comparece todo ano”, com 35% das respostas dadas, a resposta foi evidenciada pelo fato de não saberem – não lembrarem – como ficaram sabendo do evento, pois todo ano estão presentes. Esse fator demonstra a capacidade de perpetuação e tradição que a festa construiu no imaginário e no cotidiano das pessoas da região, não sendo necessária nenhuma atitude para lembrá-los da manifestação. A fala de uma entrevistada reafirma: “todos os anos tem a festa, nós já sabemos mais ou menos a época, então a gente se programa e vem”⁵³.

⁵² Na entrevista foram mantidas somente as duas perguntas, sem indicação de possibilidades para não influenciar na resposta dos presentes.

⁵³ Palavras de uma entrevistada pertencente à amostra das 100 pessoas que compõem o estudo.

De acordo com os dados e com os depoimentos colhidos durante a pesquisa feita no dia da festa, pode-se constatar a existência de uma grande e forte rede de comunicação oral, envolvendo a história e a tradição da festa que a auxiliam a se perpetuar.

Em contrapartida, foi citada a insatisfação de moradores e comerciantes em relação à mutação sofrida pela manifestação no que diz respeito à cultura e tradição, mas, para os visitantes, a festa continua mantendo esse ideal. Obviamente, o ideal não é o mesmo das primeiras edições da Festa do Tropeiro. Para as gerações mais velhas, é possível que ainda se trate do mesmo motivo, no entanto, para as mais jovens, a assimilação de itens reinventados fez com que existam duas festas diferentes, como explicitado por Schmidt (1997) e, hoje, a manifestação que se apresenta é a que ficará no seu imaginário.

Dessa forma, a Festa do Tropeiro apresenta-se como uma forma complexa de organização – do ponto de vista histórico e socioeconômico –, além de ter presente, desde seu início, elementos peculiares, como o auxílio da mídia e, posteriormente, a intervenção do poder público, fatos que promoveram mudanças em aspectos importantes de sua constituição.

É preciso olhar tudo de novo, devagar.

Alfredo Bosi

*Toda escrita, toda mensagem, está infestada de espaços em branco, silêncios,
interstícios, nos quais se espera que o leitor produza sentidos inéditos.*

Néstor Garcia Canclini

6. Considerações finais

A Festa do Tropeiro de Silveiras tem em seu cerne o motivo tropeiro, a partir do qual a mesma nasceu enquanto manifestação cultural. Aliada ao artesanato, aos costumes das tropas e com caráter beneficente, a festa ajudou na construção e recuperação do orgulho do silveirense. Por meio de sua trajetória, é possível notar a presença de peculiaridades e especificidades, como a presença de um veículo de comunicação de massa – a televisão – que registrou o início da festa.

Como um divisor de águas, o poder público passou a organizar a festa e, a partir dessa gestão, a manifestação reformulou-se, foi reinventada e ressignificada no imaginário popular, levando esta pesquisa a relatar duas festas diferentes em uma só, mas ambas tendo o tropeiro como motivo.

Inicialmente tratava-se do núcleo duro: resistentes aos elementos que poderiam desvirtuar a manifestação, o esforço era grande para que tudo fosse feito como na época do tropeiro. Hoje, a festa é um local aonde as pessoas vão para “consumir cultura”⁵⁴, ou seja, a cultura é oferecida enquanto mercadoria para os visitantes. A verificação da comparação pode ser feita pela maneira como a festa é gerida atualmente, pois em vários momentos a fala do secretário de turismo da cidade remonta ao número de pessoas, grandiosidade do evento, melhorias em infraestrutura para receber melhor os visitantes, etc.

O tropeirismo configura-se apenas como pano de fundo para a venda e arrecadação de verbas para a prefeitura da cidade. Fato justificável pelo aumento dos locais onde a festa é realizada (de duas para três praças); pela inserção de elementos que não condizem com o tropeirismo, como o rodeio; a permissão da comercialização de produtos que não condizem com o motivo tropeiro.

Entretanto, a Festa do Tropeiro não é passível de somente uma vertente. Apesar da verificação de elementos de caráter econômico responsáveis pela mutação da manifestação, não se pode afirmar que as relações comerciais imperam. Pelo contrário: a cultura, sua economia e a tradição coexistem em um mesmo espaço.

No ambiente da festa, pode-se perceber a presença de núcleos muito bem delineados que a compõem:

⁵⁴ Palavras do secretário de turismo, Francisco Togeiro.

- *Núcleo tradicional, duro, de preservação cultural*: representado pelos idealizadores da festa – como Ocílio Ferraz e Jerônimo Costa, pelos comerciantes locais e, também, moradores, que julgam a manifestação atual como “bagunça”, afirmando que a festa de hoje nada tem a ver com o que existiu no passado, que não há preocupação com a apreciação da cultura e do artesanato existente na cidade. A esse núcleo soma-se a religiosidade demonstrada na realização da missa sertaneja.

- *Núcleo ressemantizado, refuncionalizado, fundido*: pode-se considerar a figura do tropeiro como centro desse núcleo, mostrado, hoje, como um *cowboy*: devido às vestimentas, ao meio de transporte – como a apresentação do carro de bois e cavalos no Desfile das Tropas.

- *Núcleo reinventado, o quase desaparecimento com a sobrevivência de traços*: composto por grande parte dos elementos que compõem a festa: os diversos tipos de música, o Rodeio, grandiosos *shows*. Pode-se aliar a esse núcleo a presença de itens não pertencentes ao tropeirismo: comida, barracas de jogos, brinquedos, parque de diversões.

A existência dos três núcleos que interagem entre si a cada dia da Festa do Tropeiro, é a forma motriz do funcionamento da rede de comunicação formada pela manifestação com o público participante e com a comunidade.

Em Silveiras, a mídia teve papel importante na construção da festa e a acompanhou desde seu surgimento, fato que colocou a festa no imaginário coletivo da época. No entanto, o agendamento não é realizado atualmente, já que nos veículos pesquisados a festa não aparece.

A comunicação característica da manifestação está presente em todas as cadeias produtivas de cultura citadas no capítulo anterior, no entanto, a principal comunicação pôde ser verificada por meio do questionário que indicou a presença dos entrevistados na festa, em sua maioria, pelas formas orais de comunicação, ou seja, a festa se perpetua e estabelece as relações entre a comunidade, comerciantes, poder público e visitantes de maneira completa e eficiente.

O contraponto necessário para a reflexão desta pesquisa remete ao segundo capítulo, no qual se tratou da Sociedade de Massa até o conceito de Idade Mídia. O fato é que, apesar da Idade Mídia (RUBIM, 2000) na qual a sociedade está inserida, da fabricação industrial da cultura por meio da padronização (ORTIZ, 2000) e da coisificação da cultura (SCHMIDT, 2006), a festa é uma amostra de que – tradicional,

ressementizada ou reinventada – a comunicação oral / interpessoal ainda é a principal forma de comunicação existente na manifestação.

Assim, pode-se afirmar que a Festa do Tropeiro, apesar das relações que estabeleceu ao longo de sua história com setores econômicos e mercantis por conta do viés de entretenimento e espetacularização que adquiriu, ainda conserva o ideal de seu surgimento – o tropeirismo –, mesmo através de pequenos elementos que remetem para o tema; a intermediação comunicativa se mantém em toda sua trajetória, na junção da existência midiática com a comunicação interpessoal.

Por meio da oralidade, pode-se constatar que é uma festa de caráter folkcomunicacional, já que esse é seu principal meio de propagação; além da presença de elementos da Folkmídia, que traz os elementos dessa manifestação apropriados pela mídia de massa para ajudar na divulgação.

Enfim, trata-se de uma festa reinventada que atrai cada vez mais público consumidor da maneira como se apresenta hoje, configurando em uma festa que pode, a longo prazo, perder seu motivo central, dando lugar uma manifestação completamente aquém do motivo ao qual remete sua origem: o tropeiro.

Referências

- ALMEIDA, Aluisio de. **A revolução liberal de 1842**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1944.
- ALMEIDA, Aluísio de. **Vida e morte do tropeiro**. São Paulo: Martins, 1971.
- ALVES, José de Miranda. **Silveiras: história e tradição**. S/E. Silveiras, 1980.
- ALVES, Paulo César (org.). **Cultura: múltiplas leituras**. Bauru: EDUSC; Salvador: EDUFBA, 2010.
- ANTONIL, André João. **Cultura e opulência do Brasil**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1982.
- Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional / Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**, Universidade Metodista de São Paulo. Vol. 1, n. 1 (set/1997). São Bernardo do Campo: UMESP, 1997
- ARANTES, Antônio Augusto. **O que é cultura popular?** 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- AYALA, Marcos; IGNEZ, Maria; AYALA, Novaes. **Cultura popular no Brasil: perspectiva de análise**. São Paulo: Ática, 1987.
- BARBALHO, Alexandre. Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.
- BELLUZZO, Regina Célia Baptista, GOBBI, Maria Cristina. (Orgs.). **Manual para apresentação de trabalho de conclusão de curso de mestrado**. Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/posgraduacao/postvdigital/documentos/manual_mestrado.pdf>. Bauru, 2009. Acesso: jul/2010.
- BELTRÃO, Luiz. **Sociedade de massa: comunicação e literatura**. Petrópolis: Vozes, 1972.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

- BENEYTO, Juan. **Informação e sociedade**: os mecanismos sociais da atividade informativa. Petrópolis: Vozes, 1974.
- BENJAMIN, Roberto. Expandindo a obra fundadora. In: **Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional** / Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo. Vol. 1, n. 1 (set/1997). São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.
- BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. Ano 5, n.8 – 9 (2008), p. 280 – 288. São Paulo: ALAIC, 2008.
- BOSI, Alfredo (org.). **Cultura brasileira**: temas e situações. São Paulo: Ática, 1987.
- BOSI, Alfredo (org.). Plural, mas não caótico. In: BOSI, Alfredo (org.). **Cultura brasileira**: temas e situações. São Paulo: Ática, 1987.
- BOSI, Alfredo. Formações ideológicas na cultura brasileira. In: **Estudos Avançados**. 9 (25). p. 275 – 293, 1995.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- BREGUEZ, Sebastião (org.). **Folkcomunicação**: resistência cultural na sociedade globalizada. Edição do Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM. Biblioteca da Comunicação, V. 18. Belo Horizonte: INTERCOM, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos** – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4 ed. 4 reimpressão. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.
- CASTELO BRANCO, Samantha. **Cultura popular x cultura de massa**: onde Judas não perdeu as botas. Artigo apresentado no V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação Alaic, 2000. Disponível em:
<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=cultura%20popular%20x%20cultura%20de%20massa%20samantha%20castelo%20branco&source=web&cd=1&ved=0CCEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.eca.usp.br%2Fassocia%2Ffalaic%2Fchile2000%2F8%2520GT%25202000Folkcomunicacao%2FSamanthaBrancoBotas.doc&ei=MRUeT_COleiM2gWA4OWADw&usg=AFQjCNFg2vFw25YsrGUfAQM8eUd0vFi2zQ&cad=rja>. Acesso: jan/2012.

CASTELO BRANCO, Samantha. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência**: aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1986.

Circuito Turístico Vale Histórico: Arapeí, Areias, Bananal, Queluz, São José do Barreiro, Silveiras. São Paulo: SEBRAE, S/D.

COSTA, Marco Aurélio Alves. **Silveiras e a Revolução Liberal de 1842** - uma nova visão sobre a morte do Capitão Manoel José da Silveira. 2012. Disponível em: <<http://valedoparaiba.com/nossagente/estudos/Artigo%20sobre%20Silveiras.pdf>>. Acesso: fev/2012.

CRUZ, Mércia Socorro Ribeiro; MENEZES, Juliana Santos; PINTO, Odilon. **Festas Culturais**: tradição, comidas e celebrações. Artigo apresentado no I Encontro Baiano de Cultura – I EBECULT – FACOM/UFBA, 2008. Disponível em: <http://www.uesc.br/icer/artigos/festasculturais_mercia.pdf>. Acesso: jan/2012.

DANIELI, Maria Isabel Basilisco Célia. **Economia mercantil de abastecimento e rede tributária**: São Paulo, séculos XVII e XIX. Tese de doutorado. Campinas: UNICAMP, 2006.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. Tradução Sandra Castello Branco. São Paulo: UNESP, 2005.

Encontro com Milton Santos ou o mundo visto do lado de cá. Rio de Janeiro: Caliban Produções Cinematográficas. Documentário. Direção: Silvio Tendler. 90 minutos. DVD, 2006.

PELLEGRINI FILHO, Américo, SANTOS, Yolanda Lhullier dos. **Antropologia cultural e folclore**. São Paulo: Olimpika, 1989.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro França. **Cultura contemporânea**: a fronteira entre o digital e o popular. 1996. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/franca-lilian-cultura.pdf>>. Acesso: fev/2012.

FRANCISCO, Severino. Sociedade da desinformação. Artigo publicado no **Observatório da Sociedade da Informação**, de responsabilidade do Setor de Comunicação e Informação da UNESCO no Brasil, 2007.

GOULART, José Alípio. **Tropas e tropeiros na formação do Brasil**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1987.

GUARALDO, Tamara de Souza Brandão. **Comunicação, cultura e mídia**: o mito do unhuado da Pedra Branca. Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Bauru – SP, 2005.

HALEBSKY, Sandor. **Sociedade de massa e conflito político**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HAVELOCK, Eric. A equação oralidade – cultura escrita: uma fórmula para a mente moderna. In: **Cultura escrita e oralidade**. São Paulo: Ática, 1995.

HOHLFELDT, Antônio. Folkcomunicação: oportunismo de quase meio século. In: **Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional / Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**, Universidade Metodista de São Paulo. Vol. 1, n. 1 (set/1997). São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

<<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso: jan/2012.

KUPER, Adam. **Cultura**: a visão dos antropólogos. Tradução Mirtes Frange de Oliveira Pinheiro. Bauru: Edusc, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

LOBATO, Monteiro. **Cidades Mortas**. São Paulo: Brasiliense, 1955.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

MAGALHÃES, Cristiane Maria. Na rota dos caminhos da estrada real e dos tropeiros. In: **Cadernos de Pesquisa do CDHIS**. Ano 20, n. 36/37, p. 111-117, 2007. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/cdhis/article/viewFile/1207/1074>>. Acesso: mai/2009.

MAIA Tom; MAIA, Thereza Regina de Camargo. **O folclore das tropas, tropeiros e cargueiros do Vale do Paraíba**. Rio de Janeiro: MEC-SEC: FUNARTE: Instituto Nacional do Folclore; São Paulo: Secretaria do Estado da Cultura: Universidade de Taubaté, 1981.

MAIA Tom; MAIA, Thereza Regina de Camargo. **Cadernos culturais do Vale do Paraíba – Festas populares**. Promovido pela Fundação Nacional do Tropeirismo, Papel Simão e Centro Educacional Objetivo. S/E. 1989.

MATHEWS, Gordon. **Cultura global e identidade individual**: à procura de um lar no supermercado cultural. Tradução Mário Mascherpe. Bauru: EDUSC, 2002.

- MCLUHAN, Marshall; QUENTIN, Fiore. **Guerra e paz na aldeia global**. Rio de Janeiro: Record, 1971.
- MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio é a mensagem**. Rio de Janeiro: Record, 1969.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação plural: alteridade e sociabilidade. In: **Comunicação & Educação**. Ano III, n. 9 – maio / agosto, p. 39 – 48. São Paulo: Moderna, 1997.
- MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e modernidade**. São Paulo: Edições Loyola, 1991.
- MARQUES DE MELO, José. **Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MORAIS FILHO, Melo. **Festas e tradições populares no Brasil**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- MORIGI, Valdir José. **Narrativas do encantamento: o maior São João do mundo, mídia cultural e regional**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.
- NOGUEIRA, Silas. Poder, cultura e hegemonia: elementos para uma discussão. In: **Extraprensa**. vol. 1. n. 6. p. 1 a 10. Junho, 2010. Disponível em: <http://200.144.190.194/celacc/ojs/index.php/extraprensa/article/view/epx6-a04/epx6-a04>
- OLIVEIRA, Dennis; NOGUEIRA, Silas. **Mídia, cultura e violência: leituras do real e da representação na sociedade midiaticizada**. São Paulo: CELACC – ECA/USP, 2009.
- ORTIZ, Renato. **A consciência fragmentada**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. 5 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo, Brasiliense, 2000.
- PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.
- PATTANAYAK, D. P. Cultura escrita: um instrumento de opressão. In: OLSON, David R. **Cultura escrita e oralidade**. São Paulo: Ática, 1995.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. 4. reimpressão. São Paulo: Contexto, 2010.

PEREIRA, José Aurélio Chiaradia. De São José dos Campos para o Vale: a consolidação do jornal Valeparaibano como porta-voz da cultura do Vale do Paraíba. **Revista Acadêmica do Grupo de Comunicação de São Bernardo**. Ano 1 – n° 1 (janeiro/junho de 2004). Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/GCSB/vale.pdf>>. Acesso: jul/2012.

PEREIRA, José Aurélio Chiaradia. Folclore Valeparaibano: uma análise de como o principal jornal do Vale do Paraíba paulista trabalha os eventos folclóricos. **Universidade Metodista de São Paulo**. São Bernardo do Campo, São Paulo, 2004. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/8/8f/Folclore_Valeparaibano.pdf>. Acesso: jan/2012.

POSTALI, Thífani. **Práticas culturais urbanas**: estudo sobre o blues e o hip hop como comunicações específicas de grupo. Dissertação de mestrado. Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba, 2010.

Prefeitura municipal de Silveiras. <<http://silveiras.sp.gov.br/>>. Acesso: jan/2011.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

RIBEIRO, Luana Manzione. **A festa e o movimento tropeirista em Silveiras**: a cidade esquecida, a cidade lembrada. Dissertação de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP), São Paulo – 2005.

RODRIGUES, Lylian. Cultura como um campo de conflito de relações. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de La Comunicación**. Ano 6, n.11 (2° sem. 2009), p. 64-73. São Paulo: ALAIC, 2009.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Espetáculo, cultura e mídia. In: **Anais do 7° Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación**, 2004. Disponível em: <http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_17/gt17%20p13.html>. Acesso: fev/2012.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. A contemporaneidade como Idade Mídia. In: **Comunicação, Saúde, Educação**. v. 4, n.7, p. 25 – 36, 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/icse/v4n7/03.pdf>>. Acesso: fev/2012.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCHMIDT, Cristina. Em barro, cenas de uma modernidade. In: BREGUEZ, Sebastião (org.). **Folkcomunicação**: resistência cultural na sociedade globalizada. Edição do Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM. Biblioteca da Comunicação, V. 18. Belo Horizonte: INTERCOM, 2004.

SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT, Cristina. O comunicador folk e as festas de uma só. In: **Anuário Unesco / Umesp de Comunicação Regional / Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional**, Universidade Metodista de São Paulo. Vol. 1, n. 1 (set/1997). São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.

Silveiras em foto. <<http://www.silveirasemfoto.com>>. Acesso: out/2011.

Silveiras I: memória e vida. Faculdades Integradas Teresa D'Ávila – Setor de Pesquisa e Documentação. Boletim n° 10. S/E. Lorena, 1979.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura**: a comunicação e seus produtos. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

TINHORÃO, José Ramos. **Cultura popular**: temas e questões. São Paulo: Editora 34, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. Comunicado apresentado no **Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares**, fev./ 2005 em Brasília-DF. Evento promovido pelo Minc. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.pdf>>. Acesso em ago/2011.

VALLE, Edênio; QUEIRÓZ, José J. (orgs.). **A cultura do povo**. 3 ed. São Paulo: Cortez: Instituto de Estudos Especiais, 1984.

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Tradução Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2000.

WOITOWICZ, Karina Janz. Marcas da cultura sertaneja, nas palavras da antropóloga Luitgarde Barros. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, vol. 1, 2001. Disponível em: <[http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=viewFile&path\[\]=1399&path\[\]=971](http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=viewFile&path[]=1399&path[]=971)>. Acesso: mar/2012.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura** – o uso da cultura na era global. Belo Horizonte, UFMG: 2004.