



Revista Internacional de Folkcomunicação
ISSN: 1807-4960
revistafolkcom@uepg.br
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

de Macedo, Taís Borges; Furtado, Kevin Willian Kossar
Televisão Regional e Folkmídia: Cultura Popular no *Revista de Sábado*
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 16, núm. 36, 2018, -Junio, pp. 234-250
Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.16.i36.0014>

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766334015>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Televisão Regional e Folkmídia: Cultura Popular no *Revista de Sábado*

Taís Borges de Macedo¹

Kevin Willian Kossar Furtado²

RESUMO

O artigo tem como objetivo mostrar a presença de conteúdos folkmidiáticos no programa televisivo regional *Revista de Sábado*, da afiliada da *Rede Globo*, *TV TEM*. A partir da conclusão que a cultura popular não tem fronteiras definidas e circula amplamente em meio às outras culturas, através da globalização e dos veículos de mídia, observou-se que o programa divulga a cultura popular do interior de São Paulo, através da apropriação de suas manifestações, sendo assim um veículo folkmidiático. Com base nas categorias da folkcomunicação elencadas por Luiz Beltrão e Marques de Melo, foram analisadas 13 edições do *Revista de Sábado*, veiculadas entre junho e setembro de 2014, que comprovaram a presença de folkmídia entre as temáticas abordadas neste programa regional.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Folkmídia; *Revista de Sábado*; Televisão regional.

Regional Television and Folkmidia: Popular Culture in the *Revista de Sábado*

ABSTRACT

The study has the purpose to indicate the presence of folkmidia in the regional television program *Revista de Sábado*, by the *Rede Globo* affiliate *TV TEM*. From the conclusion that the popular culture does not have defined boundaries and circulates widely among other cultures, through the globalization and the media, it was observed that the program publicizes the popular culture from the state of São Paulo through the appropriation of its expressions, thus acting like a folkmidia vehicle. Based on the classes of folkcommunication developed by Luiz

¹ Bacharela em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Correio eletrônico: taisbormac@gmail.com.

² Doutorando em Teologia na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Mestre em Ciências Sociais Aplicadas e bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Correio eletrônico: kevin@aol.com.br.

Beltrão and José Marques de Melo, 13 episodes of *Revista de Sábado* broadcasted during the period of June to September 2014 were analyzed, and it was proved that the folkmidia subject was included among other themes explored by this program.

KEY-WORDS

Folkcommunication. Folkmidia. *Revista de Sábado*. Regional television.

Introdução

A cultura popular – ou culturas populares – não é mais restrita a um pequeno grupo ou localidade, que a conhece e compartilha. Em um mundo globalizado, as manifestações culturais se tornam conhecidas em todas as partes, através da televisão e da internet. Quando Luiz Beltrão criou a teoria da folkcomunicação, na década de 1960, seu enfoque foi a relação dos grupos marginalizados com os veículos de massa e entre si, através de meios de comunicação próprios. Foi só no início dos anos 2000, com a ressignificação do termo folkmídia por Joseph Luyten, seguido pela tese de Osvaldo Trigueiro sobre mediações e ativismo folkmidiático, que a apropriação da cultura popular pela televisão fortaleceu-se como objeto de estudo.

O *Revista de Sábado* é um programa surgido em 2003, que circula entre o entretenimento e o jornalismo, de teor majoritariamente cultural. O jornalismo cultural, apesar de muitas vezes focar-se na divulgação de produtos e serviços na área da cultura, é a especialidade jornalística onde a cultura popular se insere.

O objetivo da análise do programa é perceber a veiculação de cultura popular, em sua apropriação, e como ela é abordada dentro do *Revista de Sábado*. Aqui o programa é considerado folkmidiático, pois midiatiza um conteúdo da cultura popular, divulgando-o através da televisão. Também procura-se estabelecer uma relação entre jornalismo cultural e folkcomunicação em âmbito local e regional.

Para isso, foram analisadas 13 edições do programa, e cada matéria da edição foi classificada dentro de categorias da folkcomunicação adaptadas das criadas por Luiz Beltrão e José Marques de Melo (análise qualitativa e quantitativa).

Metodologia

Quando se fala em pesquisa em Folkcomunicação, se entende que seu objeto são as manifestações da cultura popular. Segundo Castelo Branco (2006, p. 122), cabe ao pesquisador escolher uma metodologia que melhor se adeque aos seus objetivos. Ela observa que os estudos folkcomunicacionais constituem-se em pesquisas qualitativas e/ou quantitativas e de diversas técnicas de coleta de dados, como o questionário e a entrevista. A análise do programa *Revista de Sábado* foi feita a partir da classificação das matérias veiculadas, quantitativa e qualitativamente, utilizando como base a classificação em gêneros e formatos de Luiz Beltrão e José Marques de Melo.

A análise quantitativa responde às seguintes questões: quantas matérias veiculadas no programa têm teor folkmidiático, ou seja, midiatizam a cultura popular? Em que categorias (elencadas abaixo) se encaixam? Quais são as categorias mais presentes nos programas? A análise qualitativa busca destacar aspectos das matérias (ou de alguma matéria específica) que chamam a atenção, seja pelo tema abordado, pela duração ou estruturação da reportagem, critérios de noticiabilidade valorizados, entre outros. Este artigo enfoca os resultados quantitativos, sendo que os resultados da análise qualitativa serão apenas mencionados.

Beltrão, ao pensar em categorias de folkcomunicação, buscava distinguir as manifestações populares que observava diretamente. Aqui, encontramo-nos diante de um produto folkmidiático televisivo que se apropria de elementos da cultura popular que podem ser veiculados a partir da plataforma audiovisual. Portanto, as categorias desse autor, bem como a releitura de Marques de Melo, servem apenas como modelo para esta pesquisa. Foi então utilizado o termo “apropriação” e considerada a característica multimidiática da televisão para desenvolver categorias próprias, elencadas abaixo (BELTRÃO, 1980; MARQUES DE MELO, 2005).

Apropriação oral: nesse gênero, se incluem os formatos incluídos na folkcomunicação oral de Marques de Melo, com exceção da música. Nesse sentido, num primeiro contato com o objeto, observou-se que os elementos da oralidade popular mais presentes no *Revista de Sábado* são os contos, os causos e lendas.

Apropriação musical: a categoria da folkcomunicação musical criada por Beltrão foi incluída na folkcomunicação oral por Marques de Melo. Porém, num veículo televisivo, a música também apresenta visualidade, conforme aponta Machado. Muitas vezes, ela aparece

unida à dança, pois a ideia de movimento é importante para a televisão. Dessa forma, para fins dessa pesquisa, a música é colocada em uma categoria própria, que engloba também o formato ‘dança’, incluído originalmente na categoria ‘folkcomunicação cinética’. Outra justificativa para a escolha é a ênfase do programa em divulgar produtos musicais da região. Como exemplos de música/dança regionais visíveis no programa *Revista de Sábado* podemos citar a catira, o sertanejo e a música caipira.

Apropriação visual: sem modificações na classificação de Marques de Melo, a categoria representa as manifestações escritas, impressas, murais e pictográficas (formatos). Alguns exemplos incluem cartas, almanaques, pichações e até mesmo camisetas. Note-se que, por ser um programa audiovisual, esse tipo de apropriação pode circular entre outras categorias, pois todo o conteúdo do programa utiliza imagens.

Apropriação icônica: como indicado por Marques de Melo, são elementos de forte representação dentro de uma comunidade folk. Podem ser dos seguintes formatos: devocional, divertido, decorativo, nutritivo, bélico, funerário e utilitário. Destaque para o formato nutritivo, que envolve culinária típica, bastante presente na mídia em geral, e para o devocional, que envolve santos populares.

Apropriação cinética: nesse gênero se destacam as celebrações e festeiros. Excetuando-se o formato dança, que foi realocado em apropriação musical, os formatos adotados são: agremiação, celebração, distração, manifestação, folguedo, festejo e rito de passagem. Todos têm em comum a união de um grupo de pessoas em forma de entretenimento.

Características do programa e amostra

A *TV TEM* foi criada em 2003 e reuniu as afiliadas da *Rede Globo TV Progresso* (São José do Rio Preto), *Aliança* (Sorocaba) e *Modelo* (Bauru), além de uma em Itapetininga. Seu slogan ‘TV TEM: a TV que tem você’ demonstra seu objetivo em gerar identificação e proximidade com o seu público. A área de cobertura da *TV TEM* abrange 49% do estado de São Paulo – 318 cidades, de acordo com o portal da emissora. A região em que atua se destaca pela agricultura, turismo e comércio varejista, conforme dados observados por Oliveira (2006, p. 7).

O programa *Revista de Sábado*, como o próprio nome diz, é uma revista, ou seja, tem formato híbrido entre jornalismo e entretenimento, e é predominantemente cultural. O programa foi lançado em 2003 e é exibido aos sábados, às 14 horas. Segundo a página do programa no portal da emissora:

O *Revista de Sábado* tem como foco a valorização das cidades e das tradições do interior. A cada semana, o programa visita uma cidade das 318 da nossa área de cobertura, dá voz aos ‘figuras ilustres’, destaca os artistas, a culinária e o bom bate-papo que corre solto por estas bandas! Mostra os principais pontos turísticos, além de discutir comportamento, destaca as estreias de cinema, os esportes curiosos e tem também um espaço sempre aberto para as principais atrações e eventos do interior.

O formato do programa não é fixo. O único quadro presente em todas as edições é o *Inteirado*, com curiosidades sobre diversos assuntos de conhecimentos gerais, de forma espontânea e com grande utilização de recursos gráficos. O *Revista de Sábado* funciona da seguinte forma: os apresentadores vão até uma cidade da região e apresentam o programa utilizando a paisagem local como cenário. Em alguns momentos, imagens da cidade visitada, acompanhadas de uma trilha sonora, são transmitidas como em um videoclipe, geralmente com a função de abertura e/ou fechamento de um bloco. O que divide as matérias é uma passagem dos apresentadores, que funciona como cabeça. Às vezes, algumas matérias são produzidas na rua, a partir de pautas que surgem durante a produção do programa.

Foram escolhidas as edições exibidas de junho a setembro de 2014, período que compreendeu dois momentos de maior movimentação da cultura popular, devido ao apelo da Copa do Mundo FIFA para os brasileiros e das tradicionais festas juninas e julinas. Pela coleta ter sido efetuada em 2015, considerou-se que o recorte mais adequado era o das ocasiões festivas supracitadas. Foram exibidos 13 programas no período, devido à transmissão de jogos da copa do mundo em alguns sábados.

Dentre as dificuldades para análise do programa é que ele não é disponibilizado na íntegra na internet. Porém, todas as reportagens podem ser assistidas online, no site da TV TEM. Não foi possível fazer o download dos programas pela plataforma. Portanto, foi necessário estar conectada para fazer a análise. Todas as matérias disponíveis fizeram parte da coleta.

Os fatores observados foram a escolha de entrevistados, temas veiculados, imagens utilizadas e sonoplastia que acompanha a reportagem e o programa. Essas são características importantes que permitem categorizar a produção de forma mais precisa e atribuir qualidades específicas às reportagens, o que possibilitou a observação da existência e incidência de elementos da cultura popular no *Revista de Sábado*.

Cultura popular e folkcomunicação

Segundo Câmara Cascudo (2013, p. 240), o folclore “é a cultura do popular, tornada normativa pela tradição. [...] O folclore estuda todas as manifestações tradicionais na vida coletiva.” O fato folclórico passou a ser entendido como produto em constante transformação, e também como algo que nem sempre é tradicional e anônimo. Schmidt (2006), com base em Araújo (1973) e Fernandes (1989), afirma que o folclore se torna objeto de estudo de campos como a antropologia, história, sociologia, etc., e, com a teoria da folkcomunicação, ele passa a ser estudado a partir de sua interação com o campo comunicacional.

Cultura popular é um conceito bastante complexo, de diversas significações, como aponta Cuche (1999) ao tentar defini-lo. Para Câmara Cascudo (2013, p. 249) o “povo tem uma cultura que recebeu dos antepassados. Recebeu-a pelo exercício de atos práticos e audição de regras de conduta, religiosa e social.” Cuche debate o conceito de culturas populares, pois, segundo ele, há mais de uma cultura popular na sociedade. Com o cuidado de não defender uma total autonomia dessas culturas ou que elas teriam necessariamente um caráter contestador, conclui que:

As culturas populares são, por definição, culturas de grupos sociais subalternos. Elas são construídas então em uma situação de dominação [...]. De fato, é o esquecimento da dominação e não a resistência à dominação que torna possíveis as atividades culturais autônomas para as classes populares. (CUCHE, 1999, p. 149-156).

Com base nessas definições, podemos concluir que a cultura popular é inerente ao folclore e à tradição de um povo (ou grupo social), compreendido e compartilhado entre ele. Essa cultura (ou culturas) surge(m) dentro de uma situação de dominação, pois a cultura popular não se configura como dominante na sociedade. A cultura popular é transmitida pelos

antepassados, mas não é imutável, pois passa por constante transformação em contato com outras culturas.

A comunicação gerada pela cultura popular atraiu o interesse de Luiz Beltrão, que criou o conceito da folkcomunicação e o define como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore.” (1980, p. 24). Em seu sentido original, a folkcomunicação se manifesta pela ressignificação da cultura de massa (entendida como produzida em escala industrial para o consumo, segundo Edgar Morin, Alfredo Bosi e Denis Cuche), a partir de veículos específicos como folhetos populares, mamulengo, ex-votos, entre outros.

Dentro do sistema folkcomunicacional, a comunicação acontece entre seus participantes. Porém, a folkcomunicação, segundo José Marques de Melo (1999), engloba uma interação bi-polar, pois o povo também pode transmitir sua mensagem para a mídia. Essa interação pode ser entendida a partir de Amphilo (2011), que trabalha o conceito de folkcomunicador. Segundo a autora, enquanto o agente folk traduz as mensagens dos veículos de massa para o povo, o folkcomunicador recodifica os códigos da cultura popular para que esses sejam compreendidos por um público que não pertence a essa cultura (p. 202).

Pesquisas mais recentes na área de cultura observam que a cultura popular não está fechada em si, mas que interage com outras culturas formando novas culturas. Surge o conceito de hibridismo cultural, definido como “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas.” (CANCLINI, 2008, p.19 apud SOARES; MARTINS, 2012, p. 2). Canclini (2003) questiona a dualidade da cultura observando os fluxos de migração do campo para as cidades. A população vinda da zona rural traz consigo elementos culturais que se misturam com os da cidade, e ao absorver os produtos da mídia, o resultado cultural é ainda mais híbrido.

As diversas culturas conversam de tal forma que não são mais fixas, no sentido de pertencerem ao culto ou ao popular, e cada pessoa tem sua própria “coleção” cultural. Segundo Canclini (2003, p. 304), a partir das coleções é mais difícil separar o culto do popular, ou ambos do massivo. As culturas deixaram de pertencer a algo fixo e estável. Deixou de

existir a separação entre aquele que é culto, por conhecer as *grandes obras*, e aquele que é popular, e domina os símbolos e práticas de um grupo ou comunidade fechados.

Televisão e folkmídia

As transformações tecnológicas da televisão, no final do século XX, permitiram o crescimento no número de emissoras e o aumento das possibilidades de transmissão. A partir de 1998, a *Rede Globo* passou a investir nas afiliadas do interior de São Paulo, em busca de maior identificação do público local com as TVs e de garantir mais espaço para a programação local. Em 2002, a união entre as afiliadas e a recém-criada emissora de Itapetininga resultou na *TV TEM*. A *Rede Globo* também passou a investir no jornalismo local das emissoras (SILVA, 2005, p. 73-85).

Teixeira (1999, p. 29 *apud* CABRAL, 2006, p. 1) afirma que uma emissora local permite a intercomunicação e autoidentificação da comunidade em que atua. Além disso, “estimula a formação de consciências e revaloriza a cultura local.” Um veículo regional precisa ter vocação regional, ou seja, deve dar destaque aos acontecimentos da região em que se insere e ter compromisso com seu público. Ele se articula nas esferas cultural e econômica, conhece as especificidades do local e precisa saber quais são os investimentos necessários à produção (OLIVEIRA, 2006, p. 3; VOLPATO, 2009, p. 3).

No Brasil, a televisão regional caracteriza-se por afiliação a uma rede e pequena disponibilidade de horários para programação própria. Como afirma Peruzzo (2003, p. 71-72), esse espaço é destinado majoritariamente a noticiários. Além disso, as afiliadas estão condicionadas a seguir os padrões de sua rede, o que diminui a caracterização local do veículo.

Mudanças podem ser observadas no sentido da utilização de sotaques por algumas televisões regionais. Segundo Bazi (2006, p. 85), isso pode valorizar a cultura local e tornar a audiência mais cativa, a partir da identificação do povo com o sotaque. Ele acredita que a produção de bens culturais locais é uma saída viável e promissora para as emissoras regionais. Para Marques de Melo (2005, p. 5), a incidência de temas populares na mídia massiva reflete a sensibilidade dos editores para compreender as expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor.

Assim, a folkcomunicação pode estar inserida nos veículos de comunicação regional. Como afirma Lima (2007, p. 75), é no ambiente local e regional que surgem as manifestações folkcomunicacionais, e a apropriação dessa cultura popular pela mídia pode ser observada com base no conceito da folkmídia.

Segundo Luyten (2002, p. 47), “julgamos conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa.” Dentro da folkmídia também se encaixa o oposto, ou seja, o uso de elementos da chamada ‘cultura massiva’ pelos comunicadores populares.

Amphilo acredita no papel da folkcomunicação em trazer desenvolvimento regional, inclusão e transformação social. Segundo a autora, a folkcomunicação necessita de uma mídia cidadã que “promova as festas populares e religiosas, visando a projeção midiática e a partir dessa projeção, desencadeie outros processos, como a procura pelo turismo religioso, cultural, regional, movimentando a economia das cidades.” (AMPHILO, 2011, p. 200).

Jornalismo cultural

O jornalismo cultural pode ser considerado como “diversos formatos discursivos (in)formativos que tematizam produtos, ações ou serviços do campo cultural, seja numa perspectiva noticiosa, de agenda, roteiro ou crítica.” (ROCHA; GADINI; CAMARGO, 2011, p. 6). Para Basso (2006, p. 2), o jornalismo cultural pode ir além da divulgação das sete artes ou de entretenimento. Segundo ela, se o jornalismo cultural fosse restrito à veiculação do gosto literário-artístico, deveria ser chamado jornalismo de artes. Para Melo (2007, p. 4) também é importante o rompimento da ideia de “cultura erudita” como superior às demais, ou de “indústria cultural” como uma cultura completamente desqualificada.

A folkcomunicação e o jornalismo cultural encontram uma conexão quando se pensa na divulgação da cultura popular por essa especialidade jornalística. Castelo Branco, Targino e Gomes (2006) esquematizam um diálogo entre folkcomunicação e jornalismo cultural. Esses autores afirmam que o jornalismo cultural “contempla culturas locais, regionais e nacionais. Inclui tendências preservacionistas ou não diante das tradições, das crenças e dos conhecimentos populares de um povo ou região, expressos em lendas, crenças, cantos e canções.” (2006, p. 3).

Woitowicz (2012, p. 2) sintetiza a relação entre folkcomunicação e jornalismo cultural através da folkmídia:

A folkcomunicação [...], ao se basear na cultura e na comunicação popular, permite aprofundar o debate sobre jornalismo cultural e cultura popular, possibilitando reflexões centradas na relação entre a comunicação de massa e as manifestações que configuram a identidade dos grupos e comunidades, na perspectiva da folkmídia. (WOITOWICZ, 2012, p. 2).

A folkmídia está inserida no jornalismo cultural, a partir da apropriação da cultura popular. O jornalismo cultural é, portanto, uma referência importante para analisar um produto midiático (aqui, o *Revista de Sábado*) que aborda esse tipo de cultura.

Resultados

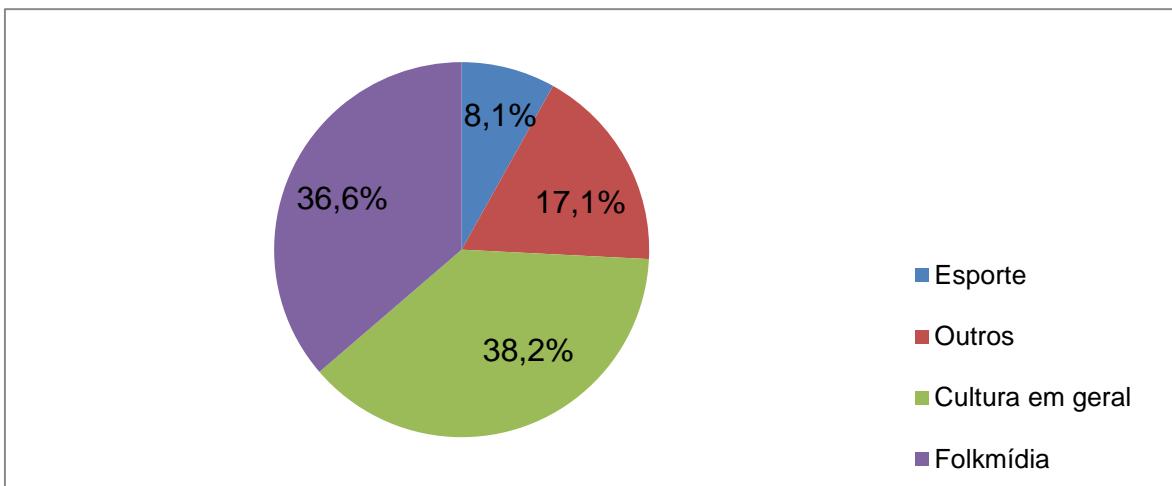
Com base nas categorias e formatos estabelecidos, as matérias exibidas nos programas foram classificadas e contabilizadas. Como critério, cada matéria foi alocada em uma única categoria, aquela com a qual mais se relacionava, apesar de em alguns casos poder ser identificada com mais de uma.

Durante o mês de junho de 2014, apenas um programa foi exibido, devido à necessidade da emissora de reorganizar o horário para a transmissão da copa do mundo de futebol. Por isso, os dados obtidos nesse mês apresentam discrepância percentual em relação aos demais. No total, foram analisadas 123 matérias. Não foram consideradas as matérias disponibilizadas exclusivamente para a internet, nem no único quadro do programa, o *Inteirado*, que traz curiosidades sobre diversos temas.

Correlacionando os dados obtidos, pode-se concluir que 40 das matérias veiculadas de junho a setembro de 2014 têm abordagem folkmidiática. Foram encontradas 78 matérias que pautam outros assuntos. Dentre elas, 47 pertencem à categoria de jornalismo cultural.

O gráfico abaixo foi produzido para ilustrar a distribuição dos temas abordados pelo programa durante o período de análise, em porcentagem.

GRÁFICO 1 – DISTRIBUIÇÃO TEMÁTICA DO PROGRAMA REVISTA DE SÁBADO ENTRE JUNHO E SETEMBRO DE 2014



Fonte: Macedo (2016).

Somando o percentual de matérias folkmidiáticas ao das demais matérias sobre cultura, observa-se que 74,8% do conteúdo do *Revista de Sábado* é cultural. Isso indica que, de fato, o programa cumpre com seu propósito de dar visibilidade às manifestações culturais da região, apesar de nem sempre apresentarem teor folkcomunicacional. Entre os outros temas trabalhados pelo programa, é pertinente destacar que o *Revista de Sábado* inclui conteúdos variados. As outras 31 matérias analisadas, 25,2% do total, abordam temas como saúde, esportes (o mais presente), educação e economia, por exemplo. As pautas e fontes são das cidades de abrangência da *TV TEM*, fortalecendo seu caráter regional.

Para a classificação das matérias consideradas folkmidiáticas, foi desenvolvida uma tabela dividindo-as entre categorias (ou gêneros), de acordo com o mês de exibição.

TABELA 1 – CONTEÚDOS FOLKMIDIÁTICOS NO *REVISTA DE SÁBADO*

Gênero	Meses				Total
	Junho	Julho	Agosto	Setembro	
Apropriação oral	1		2	2	5
Apropriação musical	1	2	4	1	8
Apropriação visual		1	1		2
Apropriação icônica		2	5	2	9
Apropriação cinética	1	2	1	1	5
Representatividade popular	2	2	7	5	16
Porcentagem em relação ao total de matérias	62,5%	33,3%	40%	28,9%	36,6%

Fonte: Macedo (2016).

Quando usamos apenas as referências de Beltrão e Marques de Melo, a apropriação icônica é a mais presente, com nove matérias. O formato nutricional se destaca, com cinco reportagens. O programa procura mostrar em todas as edições alimentos e receitas típicas das cidades visitadas. Em seguida aparece a categoria de apropriação musical, abolida por Marques de Melo, com oito matérias. Como previsto previamente, a música é bastante retratada no programa, por isso necessitava de uma categoria própria. Apropriação oral e apropriação cinética aparecem empatadas com cinco reportagens cada, e a menos presente foi a apropriação visual, com apenas duas.

É importante ressaltar que, como um programa televisivo, o *Revista de Sábado* sempre utiliza imagens, trazendo uma visualização das manifestações culturais. Porém, a categoria apropriação visual foi tratada aqui como referente a cultura de natureza imagética. Nas edições analisadas, foi representada pelo grafite em muros e pela pintura de imagens religiosas utilizando a técnica do grafite.

Ao observar que a maioria das matérias folkmidiáticas encontradas não era classificável entre as categorias de Beltrão ou Marques de Melo, surgiu a necessidade da criação de uma nova, chamada aqui de ‘Representatividade popular’. Para a pesquisa, ela se refere aos próprios comunicadores folk, aos líderes de opinião e personalidades conhecidas de alguma localidade, que fazem parte do imaginário das pessoas do lugar. Aqui também foram considerados os ‘desconhecidos’, os entrevistados aleatoriamente pelo programa que ganharam visibilidade midiática por terem sido retratados nas matérias.

A partir dessa categoria, é possível observar o papel dos folkcomunicadores, como definiu Amphilo (2011), que fazem a ponte entre a cultura popular e os veículos massivos. Alguns deles são lembrados por terem algum talento, serem muito conhecidos entre a população local, ou fazerem parte de algum veículo de comunicação local de cunho popular e/ou comunitário. 16 matérias foram classificadas como de ‘Representatividade popular’.

TABELA 2 – REPRESENTATIVIDADE POPULAR NO *REVISTA DE SÁBADO* ENTRE JUNHO E SETEMBRO DE 2014

Representatividade popular	Número de matérias
Personalidade local	10
Desconhecidos	3

Líder de opinião	3
Total	16

Fonte: Macedo (2016).

Uma característica do programa de modo geral é a proximidade que procura criar com o público. O apresentador fala com os entrevistados informalmente, usa gírias e não esconde o sotaque. Em alguns momentos, tem teor metajornalístico ao mostrar o trabalho dos cinegrafistas e um pouco dos bastidores da produção. São feitas filmagens de cada cidade visitada, seus pontos turísticos e ruas, que funcionam como transição entre as matérias, cujas chamadas também são feitas nesses cenários.

Apesar de o interior paulista sofrer forte influência da cultura sertaneja, durante o período analisado poucos aspectos dessa cultura foram enfatizados pelos programas. A trilha sonora continha músicas sertanejas, mas apenas uma matéria sobre o tema foi veiculada. O que se fez mais presente na categoria de apropriação musical foram os estilos rap, hip hop e funk (cinco reportagens). Outro fato curioso foi a inexistência de matérias sobre festas religiosas, apesar de os meses observados serem o de movimentação das chamadas festas juninas/julinhas.

Considerações finais

O trabalho de análise do *Revista de Sábado* mostrou a dificuldade em se classificar reportagens audiovisuais a partir das categorias da folkcomunicação criadas por Beltrão e Marques de Melo. Isso porque elas reúnem vários elementos em um só produto, bem como priorizam determinadas manifestações em detrimento de outras. Por exemplo, uma reportagem pode conter um causo e destacar aquele que o conta ao mesmo tempo, ou falar tanto sobre uma dança quanto sobre um estilo de música popular. Marques de Melo, ao omitir a categoria *Folkcomunicação musical* não estava pensando como a sonoridade é um aspecto importante e valorizado em um veículo televisivo.

As adaptações necessárias à metodologia foram importantes para o caso específico, mas podem ser repensadas em outros trabalhos, conforme as características de cada produto. Ressalta-se como, apesar de contribuírem para o avanço nos estudos de folkcomunicação, as categorias não consideram a mediação televisiva, o uso de uma mídia para veicular a

comunicação *folk*. Ou seja, não foram pensadas para a folkmídia, sub-área de pesquisa essencial para este trabalho.

Durante os quatro meses analisados, entre junho e setembro de 2014, foi possível observar que o *Revista de Sábado* cumpre seu papel cultural, tendo em vista que a grande maioria das matérias (74,8%) tem aspectos da cultura como tema e 36,6% são folkmidiáticas, portanto abordam a cultura popular. Além da apropriação da cultura popular a partir de seu conteúdo, há outras referências mais sutis dessa cultura no programa, como sotaque, uso de linguagem informal e a própria trilha sonora. Um fator interessante é que o *Revista de Sábado* busca sempre incluir em suas edições uma personalidade conhecida da cidade visitada. Ao fazer isso, o programa acaba divulgando líderes de opinião desses locais.

Em suma, O *Revista de Sábado* pode ser considerado um exemplo de folkmídia na televisão regional. As peculiaridades desse tipo de emissora, que apesar de afiliada a uma rede, é regionalizada em busca de identificação com o público (e consequente aumento do consumo de sua programação), resultam em produções voltadas à realidade local, logo também à cultura local.

Referências Bibliográficas

AMPHILO, Maria Isabel. Folkcomunicação: por uma teoria da comunicação cultural. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 9, n. 17, p. 1-22, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1398/970>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Jornalismo cultural**: uma análise sobre o campo. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1869-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. Dilemas e perspectivas da televisão regional. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Mídia e região na era digital**: diversidade cultural, convergência midiática. São Paulo: Arte e Ciência, 2006.

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

CABRAL, Eula Dantas Taveira. A regionalização da mídia brasileira. CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 1., 2006, São Bernardo do Campo. **Anais eletrônicos...** São Bernardo do Campo: UMEP, 2006. Disponível

em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/e/ef/GT2- REGIOCOM- 16- Regionalizacao_da_midia- Eula.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2017.

CÂMARA CASCUDO, Luís da. Da cultura popular. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2003.

CARVALHO, Flávia Medeiros de. **O dicionário do folclore brasileiro**: um estudo de caso da etnoterminologia e tradução etnográfica. 2013, 252 f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Tradução) – Instituto de Letras, Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/14651>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

CASTELO BRANCO, Samantha. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

CASTELO BRANCO, Samantha; TARGINO, Maria das Graças; GOMES, Alisson Dias. Jornalismo cultural: realidade ou idealização? CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0144-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Comunicação local/regional. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (Orgs.). **Noções básicas de folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

LUYTEN, Joseph. **Folkmídia, nova acepção da palavra**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: Intercom, 2002.

MACEDO, Taís Borges de. **Televisão regional e folkmídia**: cultura popular no *Revista de Sábado*. 2016, 122 f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2016.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MARQUES DE MELO, José. Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 8., 2005, Teresina. **Anais eletrônicos...** Teresina: Rede Folkcom, 2005. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/f/f2/GT2-001-Generos_e_Formatos-JMM.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Luiz Beltrão: pioneiro dos estudos de folkcomunicação no Brasil. Covilhã: **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-LUIZ-BELTRAO.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. O folclore midiático – produção e exportação. In: MARQUES DE MELO, José. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

MELO, Isabelle Anchieta de. **Jornalismo cultural**: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura. São Paulo: Itaú Cultural, 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. Mídia e desenvolvimento regional: uma proposta de estudo da TV TEM. CONGRESSO MULTIDISCIPLINAR DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 1., 2006, São Bernardo do Campo. **Anais eletrônicos...** São Bernardo do Campo: UMESP, 2006. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/9/96/GT2-REGIOPCOM- 25- Midia_e_Desenvolvimento_Regional- Rober_.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2017.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Mídia local, uma mídia de proximidade. **Comunicação: Veredas**, Marília, ano 2, n. 2, p. 65-89, nov. 2003. Disponível em: <http://www.unimar.br/pos/rev_D/comunicacao%20II%20 %20miolo.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2017.

_____. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://www.unifra.br/professores/rosana/Cicilia%2BPeruzzo%2B.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

ROCHA, Paula Melani; CAMARGO, Isadora Ortiz; GADINI, Sérgio Luiz. O ensino de jornalismo cultural a partir da crítica: reflexões de experiências didáticas na cobertura e agendamento do campo cultural. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 1, n. 9, p. 119-142, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/view/205/147>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

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

SILVA, Adriana Fernandes da. **Telejornalismo regional**: identidade e representações. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2005.

SOARES, Karen Greco; MARTINS, Tiago Costa. Hibridismo cultural: o passeio entre arcaico e moderno sob as perspectivas da figura do peão campeiro. SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO ESTRATÉGIAS E IDENTIDADES MIDIÁTICAS, 4., 2012, Santa Maria. **Anais eletrônicos...** Santa Maria: UFSM, 2012. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/sipecom/2012/anais/artigos/culturaidentidade/SOARES%20e%20MARTINS.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

VOLPATO, Marcelo de Oliveira. TV regional, configurações e limitações: a TV TEM. **Acervo Online de Mídia Regional**, Taubaté, v. 7, n. 9, p. 86-100, maio/ago. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/midiaregional/article/download/6608/598>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

WOITOWICZ, Karina Janz. A cultura popular na agenda midiática: aspectos da produção jornalística no espaço cultural dos webjornais paranaenses. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, Alto Araguaia, v. 1, n. 1, p. 1-14, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/issue/viewIssue/RCCS%201/14>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

Artigo recebido em: 08/04/2018

Aceito em: 04/05/2018