



Artesanato: o espelho do três-lagoense: folkcomunicação, identidade e resistência¹

Laila Rebeca do Amaral de SOUZA²

Prof. Me. Rafael Furlan Lo GIUDICE³

Faculdades Integradas de Três Lagoas, AEMS, Três Lagoas, MS

Resumo

Pesquisa em comunicação que pretende resgatar a cultura da população de Três Lagoas mediante o estudo dos processos folkcomunicativos presentes no artesanato desenvolvido no município. A pesquisa busca ainda destacar a importância do artesanato e as manifestações presentes nas peças como enriquecimento do ser humano, através da cultura. Analisou-se o tipo de linguagem presente nos artesanatos e os grupos que compõem a audiência folkcomunicativa três-lagoense. Concluiu-se que as diferenças culturais são importantes ao indivíduo, pois só assim ele está em constante transformação, observando que a conservação dos processos comunicativos presentes no artesanato conservam a história e a identidade cultural do município.

Palavras-Chave: artesanato; comunicação; folkcomunicação; Três Lagoas.

O termo Folkcomunicação foi criado por Luiz Beltrão (1918 – 1986) quando defendeu sua tese de doutorado na Universidade de Brasília em 1967, com o objetivo de entender os aspectos comunicativos e também os processos. Após tornar-se o primeiro brasileiro a conquistar o título de doutor em comunicação em 1973, na Universidade Brasília, com o tema “Um Estudo dos Agentes e Meios Populares de Informações de Fatos e Expressões de Ideias”, Beltrão propôs a propagar ainda mais seus conhecimentos da folkcomunicação.

Folk deriva do inglês e significa povo, e comunicação é o canal por onde são transmitidos os processos comunicacionais dentro das manifestações populares, como a música, a dança, a literatura de cordel, os desenhos, a fé religiosa, as lendas, e principalmente a conversa informal entre pessoas de diversas classes sociais.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Acadêmica do 3º período do curso de graduação de Jornalismo das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS.

³ Professor Mestre dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas de Três Lagoas – AEMS.



Beltrão (1971, p.15) definiu folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através dos agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore”. Ela busca base na sociologia e principalmente na antropologia cultural, disciplina que tem se dedicado particularmente ao estudo da cultura para entender as diferentes formas de um indivíduo se comportar em uma sociedade.

Folkcomunicação

Em termos gerais, pode-se dizer que Folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo o que se refere ao povo, àquele que não utiliza dos meios formais de comunicação. Mais precisamente: Folkcomunicação é a comunicação através do Folclore. (...) a origem do termo Folkcomunicação se deu em 1967, com a tese de doutorado do prof. Luiz Beltrão. (Luyten, 1983:pp.2-24).

Verificou-se que, desde então, os estudos com a folkcomunicação assumiram demandas extensas que foram necessários criar serviços no campo de conhecimento folkcomunicacional como um grupo de estudo, o FOLKCOM, dentro da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), e o Prêmio Luiz Beltrão de Ciência da Comunicação.

Em 1959, logo que relatei os meus estudos sobre a comunicação jornalística, efetuado à base das suas manifestações convencionais, dos seus veículos consagrados- os periódicos, o rádio, a televisão e o cinema- buscando isolar os seus atributos essenciais e apreciar as suas condições filosóficas, senti-me atraído por outros aspectos da difusão de informações e expressão da opinião pública, que escapavam à atividade social a que dedicara os meus esforços de indagação científica. (BELTRÃO, 1971)

Esse termo segue uma linha que inova as pesquisas latino-americanas no que diz respeito às ciências da comunicação. Nada mais é que uma junção do folclore, que se tem como objetivo maior buscar uma identidade ligada diretamente à cultura popular e à comunicação de massa, que seria uma difusão de símbolos destinados a grandes audiências e ligados aos meios eletrônicos de comunicação.

Aplicação da Folkcomunicação em Três Lagoas

Devido à cidade ser um laboratório dos estudos da folkcomunicação, percebe-se que os conceitos do termo são vistos nitidamente em especial no artesanato.



Três Lagoas completa 100 anos neste ano. Desde a instalação das locomotivas da Ferrovia Noroeste Brasil (NOB), o município já indicava tendências para se tornar um centro de desenvolvimento, a instalação do empreendimento rodoviário resultou na dinamização da economia e o início da povoação em massa na região. Três Lagoas foi escolhida pela sua localização geográfica estratégica, com potencialidades naturais, tais como escoamento de mercadorias via hídrica, rodoviária e ferroviária, atraindo outros empreendimentos que vieram a transformar os cenários urbanos, rurais, ambientais e econômicos. A instalação da NOB elevou Três Lagoas a categoria de cidade, que dá-se pela circulação de mercadorias, de pessoas e capital. A trajetória de empreendimentos continua, Três Lagoas ingressou na história do ramo de energia elétrica no país, sendo referência na produção, com a instalação e construção da Usina Hidrelétrica Engenheiro Souza Dias (Jupiá). O empreendimento também colaborou para que a cidade recebesse novas culturas que vieram junto com os trabalhadores da obra.

Três Lagoas é, notoriamente, solo fértil para empreendimentos nos mais variados ramos da economia. A partir dos anos 90 o município passou a receber a industrialização, assistindo então á mudanças no cenário cultural, sobretudo, a produção de cultura, através de suas representações, sendo o artesanato uma delas. Impactando de forma direta na produção e consumo de cultura, e momentos, pode ser compreendido como impacto não tão positivo.

Dentro desse contexto, detectou-se que existem três grupos marginalizados que compõem a audiência folk em Três Lagoas: os do campo, os da cidade, e os de culturalmente marginalizados, porém há diversas interpretações para a expressão marginal, considerado “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e se fundiram totalmente”. (BELTRÃO, 1980, p. 39).

O grupo do campo marginalizado é o típico caipira, ou seja, o sertanejo atual. Os canais mais utilizados para se comunicarem são os interpessoais, como por exemplo, a oralidade passada entre gerações. Em que na sua maioria os meios de comunicação não estão presentes no seu cotidiano, sofrem dificuldades de transporte, há problemas de moradia, levando uma vida rústica e sofrida.

A habitação, em si, também gera doenças e incapacidade para o trabalho e para a integração / ascensão social de tais indivíduos: em geral tem um só cômodo, construindo-se um prolongamento (puxado) para o fogão e o ‘quartinho’, em



que se banham e atendem às suas necessidades fisiológicas. A água para beber e para a serventia vem às vezes de chafarizes públicos e, de outras, de poços cavados pelos próprios moradores, sem qualquer tratamento, diariamente recolhida em latas de querosene pela mulher (...). (BELTRÃO,1980,p.56).

Portanto ressalta-se cultura pertencente a esse grupo. Que ainda existe ou é memória em alguns idosos de Três Lagoas que benzem com ramos de arruda e curam feridas, ainda acreditam em assombrações e seres fantásticos que habitam nas matas e contam histórias que ouviram de seus pais e avós fazendo com que esse canal de veiculação de mensagem não desapareça na memória de muitos.

O grupo da cidade marginalizado tem acesso limitado aos meios de comunicação de massa. Isso se deve à localidade na qual habita essa classe que na maioria das vezes se concentram em favelas e tem-se à dificuldade em decodificar a mensagem devido ao baixo nível de escolaridade, pois a maioria dos moradores não teve acesso às instituições de ensino.

E, por fim, o grupo que é a junção do campo e da cidade marginalizados, designados por contestarem a cultura, adotando pensamentos contrapostos. Existem três tipos de grupos culturalmente marginalizados que se observa com maior abrangência dentro das ações culturais, que são: o messiânico, o político – ativista e o erótico – pornográfico.

Afirma-se que a folkcomunicação pode auxiliar na valorização das manifestações populares nos mais diversos veículos de comunicação tais como: a música, a literatura de cordel, artes plásticas, televisão, rádio, cinema, entre outros. Atualmente este termo é considerado como uma disciplina que tem como objetivo maior estudar as informações, os fatos e as ideias ligados ao folclore de uma maneira geral, é a expressão popular das classes populares.

Ela também estuda como a sociedade comunica por meio das manifestações culturais e como é retratada dentro desse meio. Onde percebe-se que a informações chega até as pessoas mediadas, ou seja, passam por outros agentes antes de chegar ao receptor final. Esse mediador denomina-se líder – comunicador, ele transmite a mensagem por meio de um canal folk para os seus receptores.

Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou



na barbearia; da troca de informações trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”, ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos ou folheto que se compra na feira (...) – é que a semente da informação germinou no espírito dos analfabetos. (Beltrão,1965:9).

Em Três Lagoas, o processo folkcomunicação está em entender como que a oralidade é passada, propagada e também perpetuada de geração por geração.

A Casa do Artesão como processo de folkcomunicação

A Prefeitura de Três Lagoas inaugurou em 2011, o Centro de Comercializações de Produtos Artesanais, A Casa do Artesão. O local, que possui uma área construída de 281,86 m², teve investimentos de R\$ 425.371, 10, sendo que R\$ 225.371,10 recursos próprios do Município e R\$ 200 mil são referentes à emenda de senadores.

Embora a diretoria da Casa do Artesão de Três Lagoas não tenha números exatos de quanto é arrecadado mensalmente com vendas das obras, é informado que os itens de maior saída são menores e com preços baixos, entre R\$ 3 a R\$ 15. Já as obras em tamanho maiores e valiosas ficam até três anos sem vender. No entanto, o artesanato mostra resistência. A Casa do Artesão recebe obras de mais de 100 artesãos.

Artesanato enquanto processo de comunicação

Ao deparar com um novo objeto é nata investigação de sua usabilidade e origem. Os objetivos construídos pela mão do homem que pelo exame de instrumentos deixados pelos ancestrais humanos, foi possível os primeiros passos da ciência na investigação do surgimento da raça humana e das civilizações. Tais instrumentos, em sua grande maioria para garantia da sobrevivência, permitiram que a pré-história fosse dividida em dois períodos, sendo eles o Paleolítico e o Neolítico, revelando modo de vida e subsistência. A caráter de informação, uma etapa entre os períodos foi denominada pelos cientistas como Mesolítico. O aparecimento das primeiras civilizações humanas acontece ao final do período Neolítico. Períodos identificados e classificados como Idade da Pedra Lascada e Idade do Metal.

Durante Paleolítico e o Neolítico o homem desenvolveu com recursos naturais, instrumentos de caça e armazenamento de alimentos com pedra, madeira e metais, que correspondiam às suas necessidades, e que também garantiram a sua evolução. A evolução dos instrumentos é intrínseca a evolução humana, que passou a produzir,



trocar e comercializar. Surgindo então, como uma forja, a escrita, o conceito de social, dando origem às classes sócias, a divisão do trabalho, a propriedade, a civilização, ao artesanato.

O artesanato iniciou ainda no período Paleolítico, quando o homem aprendeu a polir pedra para fabricar armas e garantir a sobrevivência. Surgiu então a necessidade de armazenamento de alimentos, uma oportunidade usada pelos ancestrais para manipular a cerâmica. Seguindo a evolução com o uso de tecidos para fabricar redes, vestimentas. Surgem então os primeiros artesãos.

No Brasil entende-se que os índios foram os primeiros artesãos, que utilizavam de diversos recursos naturais para criar objetos e utensílios identitários.

Visto a história, portanto, é possível compreender o artesanato como a produção manual, utilizando-se de matéria-prima natural presente em uma determinada região.

O artesanato então, sob a perspectiva da folkcomunicação, é a concretização e a materialização do que então poderia ser um reconhecimento subjetivo de um grupo social. Artesanato, entre suas definições teóricas, é a representação onde falta voz ou história documentada, é a reafirmação da identidade cultural. Uma representação não menos ou mais fiel que as demais.

A cultura popular e suas manifestações, cuja comunicação é realizada por meio, não formais, e sim de um processo artesanal próprio é objeto de análise da folkcomunicação José Marques de Melo (2002, p. 11 apud, CARVALHO, 2005, p. 110).

A comunicação, portanto, através dos artesanatos, é adaptada para tornarem comerciáveis, não apenas como produto, mas uma forma de subsistência para os grupos marginalizados culturalmente, em sua grande maioria, como consequência a permanência da identidade do local onde é confeccionada a obra.

Na Revolução Industrial o artesanato foi desvalorizado em função do processo de capitalismo, a confecção da arte manual foi substituída pela manufatura industrial, tendo como consequência a marginalização do artesão, sob a definição de marginalização de Luiz Beltrão, que em sua obra “Folkcomunicação: a Comunicação dos Marginalizados”, Beltrão revela preocupação com a forma usada por essa classe de



peças para criar e estabelecer os processos de comunicação, e então transmitir seus valores, referências, conhecimentos e sentimentos.

Sob uma perspectiva curta e análise primárias - porém, não menos verdadeira haja vista os dados coletados na Casa do Artesão de Três Lagoas - em termos de pesquisa qualitativa, é possível visualizar que a produção, comercialização e atividade do artesanato em Três Lagoas é uma resistência ao processo de industrialização que ocorre na cidade há 15 anos.

Antes do desdobramento e desconstrução da possível ferramenta de investigação proposta, é necessário um olhar na história do artesanato em Três Lagoas.

Embora não haja muitos documentos, ou até mesmo peças de artesanatos que revelem de forma materializada a identidade cultural dos primeiros habitantes de Três Lagoas. Em alguns livros do arquivo municipal da Prefeitura de Três Lagoas é possível fazer uma breve análise de que os costumes e culturas eram miscigenados. Pessoas de diversas regiões do país e do mundo colonizaram Três Lagoas.

Presença da Folkcomunicação no artesanato

As características da diversidade de biomas, ecossistemas e espécies animais e vegetais, o meio ambiente é a matéria-prima para a produção de artesanatos em Três Lagoas, tendo como principal matéria prima à madeira, cerâmica, fibras, ossos, chifre e semente. As obras, em sua maioria, retratam temas referentes ao Pantanal e às populações indígenas, trazem cores da paisagem regional, e além da fauna e da flora, podem retratar tipos humanos e costumes da região. Revelando a cultura ainda presente e a mistura de culturas com os países fronteiriços com o Mato Grosso do Sul. Tal como a cultura paraguaia, que é a persistência da tradição guarani, entrelaçada com a hispânica. Cultura representada por obras em fibras naturais, madeiras nobres, sementes, plumas e outros materiais naturais. Tapeçarias, canastras e colares. O artesanato paraguaio oferece também delicados têxteis tais como o bordado conhecido como aho poí, o encaixe chamado ñandutí, joalheria em filigrana de ouro e prata, copos de corno talhado (mais conhecida com cuia para tereré ou guampa), redes, cobertores, talhas de madeira, objetos de cerâmica e infinidade de outros artigos nos que se destacam a criatividade e a destreza dos artesãos.



Um dos bairros com presença marcante do artesanato é o Jupiá, que preserva muito da cultura de pesca. É possível encontrar obras representando o consumo de peixes de espécies encontradas nos rios que cortam a cidade.

Em Três Lagoas também há o artesanato da Folia de Reis, obras de máscaras com madeiras da região e tintas de cores folclóricas, em sua grande maioria cores primárias e quentes.

O artesanato indígena também é presente nas obras dos artesãos locais, como indica pesquisa em sites incluídos em banco do site de pesquisa Google. Inclusive com peças e instrumentos tombados como patrimônios imateriais - Viola do Cocho, a cerâmica dos Terenas, dos Kadiwéus e dos Kinikinawas.

Os Terenas se destacam na arte cerâmica, que tem como característica principal o avermelhado polido e o grafismo com padrões de sua cultura, com motivos naturalistas ou abstratos. Para subsistência, os Terenas resgataram a arte ancestral indígena, utilizando como matéria prima para suas obras o barro, palha e tecelagem. Alguns artistas locais incorporam as características indígenas às novas obras. Os padrões dos grafismos usados pelos Terenas são o estilo floral, pontilhados, tracejados, espiralados e ondulados. Eles produzem peças utilitárias e decorativas: vasos, bilhas, potes, jarros, animais da região pantaneira - cobras, sapos, jacarés -, além de cachimbos, instrumentos musicais e variados adornos.

Apesar de a cerâmica ser a principal atividade de artesanato, os Kadwéus desenvolvem também peças para decoração, produtos no traçado de palha, na tecelagem de cintas de algodão e na confecção de colares, o arco e flecha, cestas de palha cipó imbé e colonião, penachos, entre outros utensílios. A cerâmica Kadiwéu, comercializada na Casa do Artesão, se destaca por dois estilos diferentes. Há os padrões geométricos, abstratos, usados principalmente na pintura decorativa, e o estilo figurativo, no qual geralmente há a intenção de relatar algum acontecimento importante para a tribo.

Os mais apreciados são os vasos com a geometria característica. Usam em seus trabalhos argilas de diversas cores: preta, branca, vermelha e amarela. Na decoração das peças usam o urucum para obter a cor vermelha e o genipapo para produzir a tinta preta,



mesmos produtos usados para pintar o corpo nos rituais, matéria prima encontrada na região.

Já os Kinikinawas desenvolvem um rico artesanato em cerâmica. Sua característica principal é a maior utilização da argila, tornando os objetos mais espessos e pesados. Produzem ainda artesanatos em cestaria, tecelagem, adereços, colares e pulseiras de semente de amoreira, pindó e cocares de pena de galinha e pássaros da região.

Conclusão

Com os dados levantados sobre os processos folkcomunicativos existentes nas práticas que envolvem o artesanato em Três Lagoas, conclui-se que por meio de processos folkcomunicativos os artesãos da cidade buscam uma forma de passar uma informação que é fruto de uma vivência cotidiana, de características próprias da cidade e também da formação social do povo.

É possível, em termos qualitativos por observação, propor que a produção do artesanato presente em Três Lagoas, representa variados grupos sociais, assim com a produção, sendo substancial a maioria dos grupos produtores.

Portanto, pode-se indicar, que após 13 anos da primeira possível iniciava de cooperativismo entre artesãos, que a produção e atividade do artesanato em Três Lagoas deve ser objeto de atenção da sociedade, empresas privadas e instituições públicas, de forma a garantir ativa e viva a cultura de Três Lagoas e suas representações sociais como processos de comunicação.

Referências

- ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BARRETO, Luiz Antonio. **O folclore como discurso**. In: BARRETO, Luiz Antonio (Org). Encontro Cultural de Laranjeiras, 20 anos, Sergipe. Aracaju/SE, Fundação Estadual da Cultura, 1994.
- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Tradução: Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.



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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BENJAMIN, Roberto. **A folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2000.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BREGUEZS. (org.) **Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada**. Belo Horizonte: INTERCOM, 2004. Edição do núcleo de pesquisa em Folkcomunicação da INTERCOM. Biblioteca da Comunicação, v.18.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. 1ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1982..

BOSI, Alfredo. **Plural, mas não caótico**. In: BOSI, Alfredo (org) *Cultura Brasileira – temas e situações*. São Paulo: Ática, 1987.

CRANE, Diana. **A moda e o seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. Trad. Cristina Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

DELLA MONICA, Laura. **Manual do folclore**. 2ª ed. São Paulo: Edart, 1982.

DIMBLEBY, Richard. **Mais do que palavras: uma introdução à comunicação**. Trad. Plínio Cabral. São Paulo: Summus, 1990.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Tradução do autor. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

Fundação de Cultura de Mato Grosso do Sul - FCMS. **Vozes do Artesanato**. Campo Grande – MS, 2012. Acesso em: 21 de abril de 2015

GOULART, Marilandi & Santos, Rosely Izabel C. dos. **Uma abordagem Histórico-cultural do turismo**. In: *Turismo – Visão e Ação*.v.1.- jan/jun 1998.

MELO, José Marques de. **Agenda da folkcomunicação a passagem do século**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco, 1998.

MELO, José Marques de. **As festas populares como processos comunicacionais: roteiro para o seu inventário no limiar o século XXI**. Revista acadêmica de pós-graduação da Faculdade de Comunicação Social Casper Líbero. São Paulo, no III, Volume 3, nº 6, 2000, p. 56.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas: Editora Papyrus, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983. 103p.

TORCHI-CHACAROSQUI, Gicelma da Fonseca. **A Cultura Sul-Mato-Grossense e Sua Condição Mestiça: Aspectos Semióticos da Manifestação Popular Do El Toro Candil**. BOITATÁ, Londrina, n. 10, p. 18-33, jul-dez 2010. Acesso em 26 de mar. 2015.



TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **O São João de Campina Grande/PB na mídia: um estudo de Folkcomunicação**. 1998. In: <http://www.eca.usp.br/alaic/gt8.htm>, acesso em 29 de maio de 2007.

WAINBERG, Jacques A. **Comunicação intercultural e o turismo: a diferença que separa o espírito atrai o olhar**. Literatura dada no IV Regiocom. Maringá, PR, Julho 2001.