

A REPRESENTATIVIDADE DA CULTURA POPULAR NA MÍDIA REGIONAL: UM ESTUDO DE CASO TV DIÁRIO

Bruno Naure; Cristina Schmidt

Estudante Orientando do Curso de Jornalismo; e-mail: naure_bruno@hotmail.com

Professora da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: crisschmidt@umc.br

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Palavras-chaves: Cultura popular; Folkcomunicação; Jornalismo Regional.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema: “A representatividade da cultura popular na mídia regional : Um estudo de caso TV Diário” Debruçamo-nos sobre a representatividade da cultura popular em meios de comunicação da região do Alto Tietê por entendermos que a relação folclore e a mídia massiva encontra-se no âmago de algumas questões fundamentais para a Comunicação Social em sua contemporaneidade. Vivenciamos um momento onde a presentificação da notícia, ou seja, o aqui e o agora se encontram na ordem do dia dos programas jornalísticos, sendo estes balizados pelos números da audiência que instantaneamente são atualizados. Num outro extremo, temos agentes populares que cultivam manifestações que comunicam o seu *ethos* social, através das artes populares e técnicas tradicionais que sintetizam a cultura do povo, o folclore. Esta análise quantitativa e classificatória propiciará também contato com o perfil ou perfis do jornalismo praticado na região, o tipo de abordagem e o aprofundamento com que se trata assuntos ligados a essa temática. O objeto de estudo é um um Televisão , Veiculada um grupo tradicional em comunicação da região , a TV Diário

OBJETIVOS

- a.** Compreender como a Cultura do Alto Tietê é retratada na mídia televisiva regional, em (Tv Diário), tendo como ponto de partida a observação desse meio de comunicação durante um período específico de tempo, mapeando os conteúdos que contemplam manifestações culturais
- b.** Conhecer o espaço destinado pela mídia regional para difundir as manifestações culturais características da região, buscando medir com que profundidade e frequência os assuntos desta natureza são abordados
- c.** Entender qual é o processo de divulgação e seus critérios, saber se eles estão ligados à realidade cultural da região ou vinculados a interesses econômicos e políticos

METODOLOGIA

O projeto PIBIC é elaborado de acordo com o método de estudo de caso. Esta é pesquisa hipotética-indutiva, pois parte da análise quantitativa e classificatória dos objetos. Os métodos mais adequados para essa pesquisa são: o exploratório, por sua flexibilidade em agrupar vários tipos de captação de informação; o descritivo, pois determina o papel de cada elemento dentro da pesquisa, favorecendo a análise das variáveis e o explicativo, fornecendo dados comprobatórios através da observação que explicará literalmente a ocorrência do fenômeno.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A TV Diário do Grupo Diário de comunicação entrou no ar pela primeira vez dia 1º de Maio de 2000, Afiliada da rede globo tem como dever mostrar os acontecimentos da região para que se tenha uma afiliada em alguma região do estado esta tem que atender alguns requisitos:

“Tem que ser uma região quente de notícias e muito populosa para que desperte o interesse de se manter uma equipe ali”, diz Valéria Siguinolfi Diretora de reportagem da TV Diário. (entrevista concedida em agosto 2008)

Teoricamente, o jornalismo cultural propicia o criticismo e a conscientização acerca da multiplicidade das manifestações artísticas, sejam elas seculares ou contemporâneas. Ademais, esse gênero pode agregar aspectos históricos sobre determinado tema, contextualização, além de permitir ao leitor conhecer determinado bem cultural e algumas de suas peculiaridades.

Todavia, a consolidação hegemônica da indústria cultural fez corroborar uma prática de jornalismo cultural caracterizada pelo servilismo aos anseios mercadológicos. A imediatividade (delineada, mormente, pela cobertura em que o elemento basilar é a efeméride) oblitera a diversidade intrínseca à cultura. No regime de comunicação midiática em vigor, prepondera a homogeneização das manifestações de cultura, em detrimento da variedade.

Outro ponto relevante correlacionado a essa modalidade jornalística é a definição do que é cultura e de que maneira o profissional abordará a questão: ele interpretará ou explicará a obra? Caso a primeira opção seja a implementada, há o risco da deturpação do conteúdo, pois juízos de valor poderão corromper o significado genuíno do bem cultural.

É patente a sucumbência das pautas ao fenômeno da “ibopização”, por conseguinte, é comum jornalistas defrontarem-se com um antagonismo oriundo da mercantilização de cultura, isto é, a cultura de massa: devem-se priorizar os valores culturais ou de mercado? Parece que o jornalismo cultural está contaminado por uma visão reducionista e espúria, a qual não reputa a identidade e a legitimidade de um bem cultural, simplificando-o a um mero produto comercial.

CONCLUSÕES

Ao analisarmos a representatividade da cultura popular em meios de comunicação de massa no Alto Tietê, constatamos uma abordagem pontual sobre estas manifestações, evidenciando um caráter predominantemente comercial no perfil do jornalismo praticado nos veículos analisados, tanto o impresso quanto o televisivo, que ao cobrirem festividades religiosas - comuns em toda região - priorizam a divulgação do evento em si e a sua importância mercadológica, e não o aprofundamento dos elementos culturais populares que os compõem. Fora desta sazonalidade a cobertura das expressões artísticas populares surge apenas em datas específicas ou em fóruns ligados a alguma municipalidade. Notamos também o desconhecimento por parte dos veículos do conceito de cultura popular, o que leva os seus consumidores a não obterem a informação correta, fato que coíbe a formação de um senso crítico mais apurado e, por conseguinte, contribui da mesma forma para suprimir a perpetuação da identidade cultural pertinente a cada região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO Theodor W. & Horkheimer, M. **A dialética do esclarecimento**: Fragmentos filosóficos, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed; 1985; BELTRÃO, Luiz. **Teoria Geral da comunicação**, Brasília: Thesaurus, 1977; CHAUI, Marilena. **Conformismo e resistência**: Aspectos da cultura popular no Brasil, São Paulo: Brasiliense, 1993; RIBEIRO, Darcy: **O Povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil, São Paulo: Companhia das Letras, 2003; **Folkcomunicação na Arena Global**. São Paulo: Ductor, 2006.



