

Casa da Rabeca e utilização da Internet como ferramenta comunicacional

Sofia Araujo de Oliveira¹

Odilon Pinto²

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento dos meios de comunicação de massa vem proporcionando novos cenários em todo o mundo. A internet, como meio interativo, ao contrário de outros meios, possibilita que qualquer indivíduo possa disponibilizar informações para serem acessadas em todo o globo. Neste contexto, grupos artísticos populares, comunidades locais, artesãos e uma infinidade de atores das classes populares vêm utilizando esse meio para divulgar seus produtos e idéias.

Esse fenômeno, ou seja, a apropriação dos meios de comunicação de massa pelas classes populares, é objeto de estudo da folkcomunicação. É através desta que procuraremos trilhar nossa linha de análise neste estudo.

Temos como objeto de estudo o espaço cultural Casa da Rabeca do Brasil, localizado num bairro da periferia do município de Olinda no estado de Pernambuco. Esse espaço possui uma intensa programação artística da cultura popular ao longo do ano. Nos finais de semana, ocorrem shows de forró pé-de-serra e, ao longo do ano, existem as festas ligadas aos ciclos festivos (Carnaval, São João e Natal), onde são apresentadas as mais variadas manifestações, de acordo com cada ciclo festivo. Dentre as manifestações folclóricas apresentadas estão maracatus, frevo, ciranda, coco, cavalo-marinho e outras.

A Casa da Rabeca foi fundada por um mestre de vários folguedos da cultura popular, o Mestre Salustiano, e é administrada por sua família, possuindo uma estrutura e organização interessante, capaz de atrair um grande público. Dentre os elementos utilizados pela administração desse espaço para sua divulgação está a Internet, através do site, o www.casadarabeca.com.br.

Procuramos nesse artigo analisar as informações disponibilizadas no site deste espaço cultural, tentando compreender que conteúdos a gestão da casa quer comunicar.

O presente estudo contribui para compreender as formas de adaptação encontradas pelas culturas populares para divulgar suas manifestações nos meios de comunicação de massa e entender como conseguem manter suas tradições em contato com as novas tecnologias midiáticas.

A metodologia utilizada foi a observação não-participante (LOPES, 2006). A coleta de dados ocorreu através da utilização de pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de campo, através de visitas ao local dezembro de 2007 a fevereiro de 2009

2 CULTURAS POPULARES E FOLKCOMUNICAÇÃO

¹ Mestranda em Cultura e Turismo, Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Bolsista Fapesb/BA. Bacharel em Turismo Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)/ PE. E-mail: Sofia.oliveira6@gmail.com

² Doutor em Letras e Linguística pela Universidade Federal da Bahia (2002). Atualmente é Professor adjunto da Universidade Estadual de Santa Cruz, Assessor da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia e Membro de corpo editorial da CULTUR - Revista de Cultura e Turismo.

As culturas populares são definidas por Canclini como

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte de seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, rela e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (CANCLINI, 1983, p.43)

Inserido no contexto das culturas populares, encontramos a chamada cultura folclórica que, segundo as definições do 1º Congresso Brasileiro de Folclore, citado por Mello (1987, p. 473), “[...] refere-se às maneiras de pensar e agir de um povo preservadas pela tradição e pela imitação [...]”. No campo do folclore se situa a espontaneidade e a transmissão da experiência empírica dos homens que está intimamente ligada ao cotidiano. Nesse sentido, pode-se observar as características apresentadas por Câmara Cascudo para conceituar o folclore: antiguidade, persistência, anonimato e oralidade. (Cascudo apud Mello, 1987) Outras características também podem ser acrescentadas à conceituação de Cascudo, como aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade, espontaneidade e regionalidade. (AMORIM, 2004). É importante frisar o caráter funcional do folclore, pois segundo Almeida (1957) citado por Amorim (2004, p.5) “na cultura popular não existem atos gratuitos”. Em relação ao anonimato, verifica-se que, com a valorização dessas manifestações e, conseqüentemente, com a maior divulgação destas, grupos folclóricos iniciam a elaboração de CD’s e registro de suas músicas.

As manifestações culturais “podem ser entendidas como formas de expressão da cultura de um povo, constituindo movimentos de determinada cultura, em época e lugar específicos” (Carvalho, 2007, p.64). As expressões dessa cultura são diversas, incluindo música, dança, festas, rituais, etc. De acordo com Carvalho (2007), é no espaço cultural, no cotidiano que ocorrem as relações que embasam as manifestações culturais. Ou seja, este espaço cultural é o espaço de criação “natural” e espontâneo das manifestações.

Pensava-se, na modernidade, que as culturas folclóricas iriam acabar. No entanto, percebe-se que estas permanecem, desenvolvendo mecanismos de adaptação. A própria cultura de massa se utiliza das cultura populares, e vice-versa. Canclini (1983, p. 52) cita alguns exemplos desse intercâmbio e cruzamento entre culturas:

As companhias multinacionais de discos difundem nas metrópoles música folclórica, enquanto que os bailes em pequenos vilarejos são animados por conjuntos de rock. [...] a existência de adornos de plástico em vivendas rurais e de teares manuais que decoram apartamentos modernos, como outros exemplos do modo pelo qual os sistemas se cruzam, parecendo dissolver-se em formas mistas de representação e de organização do espaço.

Nesse contexto, surge o conceito de folkcomunicação, que estuda os processos comunicativos populares (SCHMIDT, 2007). Contudo, o objeto de estudo da folkcomunicação não se baseia mais exclusivamente no processo de comunicação das comunidades através de manifestações de natureza folclórica. De acordo com Benjamim (2007), a abrangência da folkcomunicação foi ampliada, passando-se a analisar a relação da comunicação popular com a comunicação de massa. Esta ampliação ocorreu devido ao fato de que

[...] os portadores das culturas tradicionais não vivem isolados na sociedade e, portanto, estão sob a influência dos meios de comunicação massivos, influência esta

que se tomou crescente nas últimas décadas do século XX, sobretudo com a expansão da eletrificação rural, com o incremento das emissoras de rádio e televisão e com a utilização de antenas parabólicas de recepção dos sinais de televisão, bem como a Internet. (BENJAMIM, 2007, p.25)

Os portadores da cultura *folk* passam a se apropriar também da internet, assim como a cultura de massa se apropria da cultura *folk*, constituindo uma via de mão dupla. Nesses processos, surge um ator importante que são os agentes folkcomunicacionais. De acordo com Renó (2003M p. 46):

Os agentes folkcomunicacionais ganharam força com as novas tecnologias, deixando o patamar de "líder de opinião" que os limitava a traduzir as mensagens dos dominantes para seus grupos. Agora, estes líderes podem produzir suas próprias mensagens e divulgá-las a um grupo maior, difundindo seus parâmetros culturais. (RENÓ, 2007, P.46)

3 A CASA DA RABECA

A Casa da Rabeca do Brasil (Figura 1) é um espaço cultural, localizado no bairro Cidade Tabajara, periferia do município de Olinda. Neste espaço são realizados shows de forró pé-de-serra e festividades ligadas ao ciclo carnavalesco, junino e natalino. A Casa foi idealizada e construída pelo Mestre Salustiano. A inspiração para criar a casa surgiu após uma visita, junto com Gilberto Gil, em 2001, ao espaço cultural Candyall Guetho Square, criado por Carlinhos Brown no Candeal, bairro do município de Salvador - Bahia. Nessa ocasião, em conversa com este músico, o Mestre Salustiano declarou a vontade de construir um lugar, como relatou em entrevista cedida à Revista Raiz (2006), "para eu dominar do meu jeito, fazer o que eu quiser".



Figura 1- Casa da Rabeca no carnaval 2009 (esquerda) e São João 2007 (direita).
 Fonte: (OLIVEIRA, 2009) (OLIVEIRA, 2007)

A idéia inicial do Mestre era ter um espaço onde ele formatasse seu universo da cultura popular e desse oportunidades para artistas, como grupos de forró, para se apresentarem e mostrarem seu trabalho. Iniciaram-se alguns “movimentos”, de acordo com Manoelzinho, filho do Mestre Salustiano, com apresentações de artistas amigos do Mestre, em 2001, mas a casa tornou-se oficial no dia 21 de abril de 2002 (OLIVEIRA, 2008).

A área da Casa da Rabeca é um sítio que foi comprado pelo próprio Mestre Salú, com o acréscimo de terrenos vizinhos, tendo atualmente quatro hectares. O objetivo dele era dar um terreno para cada filho. A família mora no local, mas embora cada filho tenha seu terreno, as divisões não possuem cercas ou muros. A área central, onde estão localizados todos os equipamentos da Casa da Rabeca, é registrada no nome do Mestre Salú.

Inicialmente a Casa era simples, feita de palha de coqueiro, e as mesas eram feitas de portas antigas de casas e de cavaletes de madeira. Aos poucos, a família foi investindo na Casa e estruturando-a de forma que atualmente está estruturada com: um bar, onde são vendidos, além de bebidas, petiscos e comidas típicas de Pernambuco; uma Casa de artesanato, onde são comercializados desde instrumentos musicais e CDs até adereços dos folguedos; um quiosque que vende quitutes, como tapioca e bolos variados (milho, pé-de-moleque, etc). Nas festas juninas o cardápio se amplia incluindo as comidas típicas desse período: pamonha, canjica, etc; um Salão de dança amplo com piso de cimento; um palco conectado ao salão de dança; um salão de apoio coberto localizado ao lado do salão de danças, onde ficam distribuídas as mesas.

A idéia do nome “Casa da Rabeca do Brasil” é uma alusão ao instrumento tocado pelo Mestre Salú. A Casa, por se tratar de um sítio, possui um “clima de interior”, com seu chão de barro, candeeiros iluminando as pilastras do salão de dança E decoração típica da época junina: bandeiras de São João e tecidos de chita enfeitando o palco.

O principal atrativo da Casa da Rabeca são seus shows de forró pé-de-serra, que acontecem aos sábados, ao longo do ano. A programação da Casa no carnaval inclui, além do maracatu rural, orquestra de frevo, ciranda, blocos, ursos, caboclinhos, forró rabecado e maracatu de baque virado. Elas ocorrem no domingo, segunda e terça de carnaval e se iniciam às 8h da manhã.

O São João e São Pedro são bem comemorados na Casa. Além do forró, é dada a oportunidade para se apresentarem grupos de coco e ciranda Nesta época a casa recebe uma decoração típica das festas juninas e sempre é montada uma fogueira no terreiro.

O ciclo natalino é bem vivenciado no local. No dia 25 de dezembro ocorre o tradicional encontro de cavalo-marinho, evento gratuito, que completou em 2008 sua 14ª edição. A maioria dos grupos são da Zona-da-Mata de Pernambuco e a partir de 2007 o evento passou a receber grupos de cultura popular de outros estados. No dia de Reis a programação sempre conta com a presença de grupos de ciranda, cavalo marinho e também o forró.

A Casa da Rabeca é um empreendimento popular, com atrativos tradicionais, produzidos pela família Salustiano que, além da gestão da Casa, está envolvida com várias manifestações culturais, como o Maracatu Rural Piaba de Ouro, o forró rabecado, a ciranda, o mamulengo, entre outros. A família está imersa na cultura popular, mas tem acesso aos meios de comunicação para divulgar a Casa da Rabeca.

A Casa é divulgada nas rádios, TV, jornais, através de cartazes, faixas, folders e possui um site na internet. Percebe-se que esse espaço cultural, consegue manter suas características tradicionais, mas, ao mesmo tempo, usa os meios de comunicação de massa para ampliar sua divulgação.

4 A CASA DA RABECA E A INTERNET

Os gestores da casa da Rabeca se utilizam da rede de relacionamentos desenvolvida pelo Mestre Salustiano, fundador da casa. O mestre Salú, ao longo de sua trajetória, criou uma rede de relacionamentos no meio político, chegando a trabalhar como assessor na Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco - FUNDARPE em 1988. Em 1994 assumiu o cargo de assessor de Ariano Suassuna, quando este foi secretário de Cultura, no governo de Miguel Arraes. A função dele era atuar como uma ponte entre a cultura popular e o governo (CONTINENTE, p. 19) (LAPENDA et al, 2004).

Salú pode ser considerado um agente folkcomunicação, pois cresceu e vivia no meio popular. Entretanto, aprendeu a ler, escrever e utilizou de seus conhecimentos e relacionamentos na política para trazer benefícios para seus grupos de cultura popular. A escrita e a característica de esperteza, aliada à familiaridade com a esfera política, confere à Salustiano uma característica peculiar, “não é mais um artista tradicional, no molde clássico, ao mesmo tempo, não virou uma criatura urbana” (LIMA, 2007, p. 17) Ele conseguia permear o universo da cultura popular e, ao mesmo tempo barganhar seus direitos nos órgãos do governo, compreendendo o funcionamento da política, sem abandonar as raízes.

Com a morte do Mestre Salú em 2008, a família, que já vinha assumindo a direção da Casa da Rabeca, “herda” o capital social desenvolvido pelo Mestre Salustiano e mantém o processo de divulgação da Casa. O atual gestor, Pedro Salustiano, filho do mestre, trabalha atualmente na Secretaria de Cultura do Estado de Pernambuco. Essa atuação trouxe um apoio maior dos órgãos de cultura do estado para as atividades da casa, a exemplo do carnaval de 2009 que foi patrocinado pela FUNDARPE. Dentre os apoios, encontra-se o site da Casa, que é patrocinado também pela FUNDARPE. O site amplia o leque de meios de divulgação deste espaço cultural, contendo informações sobre o histórico da Casa, mapa de acesso e espaço para divulgação das atividades do local.

Na página principal do site é exposta sempre a divulgação da festa âncora do período, como por exemplo, a festa do aniversário da casa da rabeca no mês de abril. Na página principal, sempre faz-se referência ao fundador do local através de fotos do Mestre Salustiano, remetendo à história do local que é intrinsecamente ligada ao fundador.

No link “A Casa da Rabeca” percebe-se que os gestores tiveram a preocupação de contar a história do local, desde sua origem simples. Além disso, neste espaço é frisado que as atrações do local são sempre artistas da cultura popular assim como manifestações folclóricas e que lá se apresentaram grandes artistas populares como Lia de Itamaracá, Santana, Petrócio Amorim, entre outros. Nesse link ainda é exposta uma foto em um ambiente rural, fazendo alusão ao local onde está a Casa, que possui um clima de “sítio”. Nela está o Mestre Salustiano, de costas, segurando uma caixa com seu instrumento musical, a Rabeca. Percebe-se neste link que se quis comunicar a referência ao fundador, a origem rural e as manifestações da cultura popular que estão ligadas ao universo do Mestre Salú que tocava forró pé-de-serra e rabecado, assim como, era mestre de manifestações folclóricas como a ciranda, maracatu rural e cavaleão-marinho.

O link “A Casa da Rabeca” informa de maneira sucinta que a origem, história e atualidade deste espaço cultural tem congruência. Ou seja, a atualidade do local se dá por causa da iniciativa do fundador, é uma extensão de sua vida e de sua cultura, mantendo-se nos moldes imaginados por ele e, apesar de ser ter expandido a estrutura do local, este permanece apresentado shows e grupos folclóricos de acordo com a proposta inicial sem se espetacularizar.

O link “O Mestre Salustiano” conta a história desse músico, relatando a sua trajetória de cortador de cana na Zona da Mata, Norte de Pernambuco, a se tornar um dos mestres de cultura popular mais respeitado no Estado de Pernambuco, tendo recebido vários prêmios, influenciado vários artistas e viajado pelo mundo divulgando sua arte. Esse link mostra o quanto a Casa está intimamente ligada ao seu fundador, faz o internauta entender que a Casa da Rabeca é uma extensão da pluralidade do Mestre Salú e que suas apresentações e festas possuem os elementos simbólicos que faziam parte da vida de seu fundador.

O link “Programação” apresenta as datas e atrações dos shows e festas que ocorrerão no local no mês atual e posterior. Nesse link, não são apresentadas os horários dos shows, porém, próximo aos eventos, são colocados “links” no modelo de cartazes com maiores informações sobre o evento. No momento de escrita desta pesquisa, iria ocorrer o 7º Aniversário da Casa da Rabeca E podia-se encontrar o “cartaz” de divulgação dessa festa no site. (Figura 2)



Figura 2: Cartaz disponibilizado no site da Casa da Rabeca divulgando o aniversário da Casa.
 Fonte: www.casadarabeca.com.br (2009)

Os cartazes disponibilizados no site seguem normalmente a mesma linha de informações, sempre contendo a atração, horário, local, contatos, a foto do artista principal e apoios/ patrocínios. No caso do aniversário da Casa da Rabeca a foto principal é a do Mestre Salustiano, seu fundador (Figura 2).

No “link” localização, além do endereço, é possível encontrar um mapa, o que é importante porque a Casa não se encontra na via principal (PE-15), sendo necessário utilizar de uma via de acesso local.

Percebe-se que no site, assim como nos outros meios de comunicação utilizados para divulgar a Casa da Rabeca, ocorre a adaptação ao meio de comunicação de massa utilizado. No caso da internet, a Casa da Rabeca, desenvolve seu site com uma estrutura similar a outros sites de casas de espetáculos, contendo as informações básicas sobre o local e festas que ocorrerão. Nesse caso, não existe uma alteração das características populares da Casa, mas apenas a divulgação massiva desta.

Como já foi relatado anteriormente, a programação da Casa da Rabeca é voltada para o forró pé-de-serra e manifestações folclóricas, desta forma, deixa-se bem claro em sua divulgações que as atrações são próprias da cultura popular. O apelo para a venda é massivo, mas as atrações permanecem sendo da cultura popular não ocorrendo a espetacularização, entendida como a formatação das manifestações populares para a comercialização.

A Casa da Rabeca utiliza o site como uma ferramenta para atingir um maior público do que seria atingido pela divulgação boca-a-boca própria da cultura popular, porém ao se utilizar deste meio de comunicação faz questão de expor elementos da cultura popular através de fotos, do relato da sua história e estrutura. A Casa, mesmo se comunicando massivamente, não altera a formatação das suas atrações para facilitar a comercialização. A maior prova deste fato são as festas que ocorrem no local (carnaval, festas juninas e as ligadas aos ciclos natalinos) onde podemos destacar o encontro de cavalo-marinho, que acontece no ciclo natalino, onde os grupos de cavalo-marinho

apresentam-se a noite inteira como é tradição desta manifestação³. Em eventos comerciais no estado de Pernambuco, vem ocorrendo a apresentação destes grupos em formato reduzido em torno de trinta minutos a uma hora de forma a se adaptar a indústria cultural que tem como formato a apresentação de atrações em tempo reduzido.

É interessante observar que a Casa, com sua estrutura “popular”, chão de barro e clima de sítio, possui uma administração e organização familiar, num modelo comunitário e “concorre” com outras casas de espetáculo, com estrutura de médio e grande porte, Na região metropolitana do Recife. Para melhorar sua posição no mercado cultural da cidade, a divulgação também na internet é de grande importância, pois permite que maiores informações sejam disponibilizadas, como por exemplo, o mapa de acesso e a atualização constante dos shows e festas.

5 CONCLUSÃO

A Casa da Rabeca, através da utilização da Internet como ferramenta comunicacional, divulga e informa ao seu público suas atividades (shows e festas) e, através desse meio de comunicação, é possível inserir mais elementos simbólicos, como por exemplo, a alusão ao ambiente rural e a constante referência ao fundador, o Mestre Salustiano. Em outros meios de comunicação, como o cartaz, esta amplitude de informações não é possível.

No site, a gestão se preocupa em mostrar a história da casa e sua íntima ligação com seu fundador, além de deixar claro que o ambiente é um espaço criado por agentes da cultura popular, com suas atrações. Comparando com os lambe-lambes, nem sempre é possível explicitar, nesse meio de divulgação, que a Casa possui um ambiente de “cultura popular”. Isto ocorre porque o forró pé-de-serra, apesar de ser uma atração da cultura popular, tornou-se massiva a partir de Luiz Gonzaga. De acordo com Ferreti (2007), a música de Gonzaga conseguiu atingir a cultura de massa e seus meios de comunicação, integrando elementos da cultura popular nordestina sem que esta fosse descaracterizada. Dessa forma, é possível encontrar na região metropolitana de Recife um mesmo cantor de forró pé-de-serra que se apresente em boates de classe média, em bairros nobres, como também em espaços mais tradicionais como a Casa da Rabeca e outros de cultura popular. Sendo assim, a internet possibilita informar melhor ao público os atrativos e estrutura que a casa oferece, embora ainda faltem maiores informações sobre os equipamentos da Casa, como a Loja de Artesanato, o quiosque de tapioca e o cardápio regional do bar, que podem ser divulgados como um diferencial.

6 REFERÊNCIAS

CARVALHO, Samanta V. C. B Rocha. “Manifestações Culturais” In: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **NOÇÕES BÁSICAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007. p. 64-66

³ O cavalo-marinho se integra ao ciclo natalino que vai do dia 24 de dezembro até o dia de reis (6 de janeiro), é bastante popular na Zona da Mata Norte e é uma variante do bumba-meu-boi. (NASCIMENTO, 2005) Este folguedo é um misto de teatro, música, dança e poesia. Os personagens podem ser humanos, animais ou fantásticos e podem chegar ao número de 76. A história central gira em torno do baile que o Capitão Marinho vai oferecer aos Santos Reis do Oriente. Dois negros são contratados pelo capitão, sendo eles Bastião e Mateus, que ficam com a responsabilidade de cuidar do terreiro. (RAÍZES, 2007) O Banco, é responsável pela música, utilizando rabeca, bajes, pandeiro e ganzá. Os espetáculos pode chegar a durar em torno de sete horas.

FERRETTI, Mundicarmo Maria Rocha. *Múscia Popular e identidade regional – o gênero nordestino*. In: _____. **Baião de dois: a música de Zedantas e Luiz Gonzaga no seu contexto de produção e sua atualização na década de 70**. 2.ed. Recife, CEPE, 2007.

VIII CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE. **Carta do folclore brasileiro**. Salvador, 1995.
Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/folclore/carta.pdf>> Acesso em: 20 nov. 2007

LOPES, J. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: Ed. Universitária, 2006.

BENJAMIM, Roberto. "Folclore" in: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **NOÇÕES BÁSICAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007. P. 21 a 24.

OLIVEIRA, Sofia Araujo de. **Turismo e cultura popular: um estudo de caso sobre a ausência de relação de parceria entre a Casa da Rabeca e a EMPETUR**. Recife, 2008 149 f.

RAÍZES da tradição. In: Cavalo-marinho Disponível em: <<http://raizesdatradicao.uol.com.br/area.php?menu=34>> Acesso em: 13 out. 2007

RENÓ, Denis Porto. "Agentes Folkcomunicacionais", in: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **NOÇÕES BÁSICAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007. P. 44-46

SCHMIDT, Cristina. "Teoria da Folkcomunicação". in: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.) **NOÇÕES BÁSICAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007. P. 21 a 24.