

ESTUDOS TELEVISIVOS EM CONVERGÊNCIA COM OS CAMPOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO E DA FOLKMÍDIA: ESTADO DA ARTE

Isabela Marques¹
João Paulo Hergesel²

¹ Graduanda em Letras: Português/Inglês na Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas).
Contato: isabela.m6@puccampinas.edu.br.

² Professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da PUC-Campinas.
Doutor em Comunicação (UAM), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura (Uniso).
Membro do grupo de pesquisa Entre(dis)discursos: sujeito e língua(gens).
Contato: joao.hergesel@puc-campinas.edu.br.

RESUMO

A representatividade do folclore brasileiro nos produtos midiáticos é uma temática que se mostrou pertinente ao longo da formação em Letras. Dentro desse espectro, despertou-se o interesse em compreender como as lendas folclóricas, oriundas das crenças indígenas, vêm sendo adaptadas e reapropriadas pelas narrativas audiovisuais. O objetivo foi mapear os estudos científico-acadêmicos que abordam a relação entre a cultura folclórica e as mídias audiovisuais. Para isso, fez-se uma pesquisa exploratória, utilizando mecanismos de busca eletrônicos como o Google Acadêmico. Os resultados mostraram que esse campo de pesquisa mostrou-se bem vago e com poucas referências. Como conclusão, viu-se a pertinência de estudar como os personagens do folclore brasileiro são representados pela televisualidade contemporânea. Tal proposta foi submetida ao Programa Integrado de Iniciação Científica da PUC-Campinas, para ser executado no período 2021-2022.

Palavras-chave: Audiovisual. Narrativa. Estilo. Ficção seriada. Folkcomunicação.

INTRODUÇÃO

A representatividade do folclore brasileiro nos produtos midiáticos, unindo estudos de cultura popular e de comunicação contemporânea, é uma temática que se mostrou pertinente ao longo da formação em Letras. Dentro desse espectro, despertou-se o interesse em compreender como as lendas folclóricas, oriundas das crenças indígenas, vêm sendo adaptadas e reapropriadas pelas narrativas audiovisuais.

A série *Cidade Invisível* (2021), criada por Carlos Saldanha para a plataforma de *streaming* Netflix, é um exemplo do mencionado. Os personagens folclóricos, na referida série, são retratados de maneira diferente do tradicionalismo, recebendo elogios de parte da crítica, mas causando desagrado, especificamente para pessoas nativas de regiões do Brasil em que sua cultura é fortemente baseada nessas crenças.

OBJETIVOS

Dado o interesse pela presença do folclore nacional na televisualidade contemporânea, fez-se uma pesquisa exploratória, utilizando mecanismos de busca eletrônicos como o Google Acadêmico, para observar publicações com essa temática. Mais especificamente, a realização desse estado da arte propôs mapear os estudos científico-acadêmicos que abordam a relação entre a cultura folclórica e as mídias audiovisuais.

METODOLOGIA

Para a pesquisa exploratória, adotou-se o seguinte protocolo: 1. Entrou-se no Google Acadêmico; 2. Digitou-se o termo “Folclore no audiovisual” (sem aspas) na barra de pesquisa; 3. Habilitou-se a barra lateral (três riscos no canto superior esquerdo); 4. Clicou-se em “Pesquisa avançada”; 5. Preencheu-se o formulário da seguinte forma: em “Exibir artigos com data entre”, digitou-se: “2017” – “2021”; escolheu-se “Pesquisar páginas em Português”; e desabilitou-se a possibilidade de “incluir patentes” e “incluir citações”; 6. Clicou-se no botão para realizar a busca.

RESULTADOS

Ao realizar uma pesquisa referente à constituição de personagens do folclore brasileiro no audiovisual contemporâneo, foi possível perceber que é um tema que ainda carece de estudos aprofundados. Sobre obras televisivas especificamente (considerando tanto a mídia televisiva convencional quanto a noção de televisão expandida), esse mostrou-se um campo de pesquisa bem vago e com poucas referências.

A publicação mais próxima dessa temática é o artigo *Monstruosidades e assombrações do folclore brasileiro: uma análise da folkcomunicação e folkmídia em Piteco-Ingá*, no qual Rosane Kaminski e Guilherme Ieger Dobrychtop (2018) analisam como os personagens do folclore foram utilizados e representados na história em quadrinhos intitulada de *Piteco-Ingá*, do autor Shiko e publicada pela editora Panini em 2013.

Para a realização dessa pesquisa, os autores usaram como recorte a representação de duas criaturas folclóricas: a Caipora e o Boitatá; para se conduzirem durante a pesquisa, foram utilizados conceitos teóricos da folkcomunicação e folkmídia. Suas referências incluem nomes como Luiz Beltrão para os conceitos de comunicação e folclore e José Marques de Melo para os estudos sobre mídia e a cultura popular.

Os autores concluem que esses referidos personagens são utilizados de formas diferentes das que são conhecidas popularmente, devido ao contexto de atualidade e ao público-alvo da obra. No entanto, mantêm-se presentes nessas lendas características que tornam possível reconhecê-las, mas tornando-as mais como assombrações e monstruosidades, em detrimento à forma tradicional, que não é mais capaz de causar o medo nas pessoas que os vissem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das leituras realizadas e da espectralidade à série *Cidade Invisível* (2021), passou-se a indagar: considerando as pesquisas nos estudos televisivos, em convergência com

os campos da folkcomunicação e da folkmídia, como os personagens do folclore brasileiro são representados pela televisualidade contemporânea? Tal proposta foi submetida ao Programa Integrado de Iniciação Científica da PUC-Campinas, para ser executado no período 2021-2022.

REFERÊNCIAS

KAMINSKI, Rosane; DOBRYCHTOP, Guilherme Ieger. Monstruosidades e assombrações do folclore brasileiro: uma análise da folkcomunicação e folkmídia em *Piteco-Ingá*. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa (PR), v. 16, n. 37, p. 222-237, 2018. Disponível em: <https://tinyurl.com/vrdh4mby>. Acesso em: 10 mar. 2021. DOI: <http://doi.org/10.5212/RIF.v.16.i37.0010>.