

Um programa singular para uma cultura plural: Estudo de caso de um projeto televisivo de registro e difusão da cultura popular na Bahia¹

Júnior PINHEIRO²

Júnia MARTINS³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.

Resumo

A televisão no Brasil, na busca pela audiência, volta sua produção ao mercado e veicula pontos de vista que, com raras exceções, são oriundos do eixo Rio / São Paulo. Neste processo, ignora a diversidade da cultura popular, ou a ressignifica e / ou a converte em materiais pitorescos ou cômicos. Assim, a televisão pública brasileira, mesmo com seus percalços, mostra-se como possível espaço midiático afirmativo para as tradições populares. Este artigo analisa a experiência do projeto Bahia Singular e Plural, realizada pela TVE Bahia, entre 1995 e 2003, com intenção de registrar, valorizar e divulgar a cultura popular do estado, sendo, até hoje, considerada a maior ação do gênero, no Brasil. Neste trabalho, recorreu-se à pesquisa qualitativa, descritiva, de cunho exploratório, com estudo de caso, cuja análise se balizou pelo método fenomenológico.

Palavras-chave: Cultura Popular; Cotidiano; Televisão Pública; Folkmídia.

Introdução

Embora existam emissoras de televisão em todos os estados brasileiros, situadas não somente nas capitais, a organização em rede, pensada pelos conglomerados midiáticos, engessa boa parte da programação ao que é produzido pelo eixo Rio/São Paulo e atrela as produções locais a padrões técnicos e estéticos pensados sob as ópticas destes centros.

Mesmo quando a televisão local intenta dialogar com as manifestações culturais de seu estado, o ponto de vista das chamadas *cabeças de rede* interfere na condução da produção do material. Por trás disto, está o interesse econômico – que quase sempre explora comercialmente o folclore – e também o interesse do Estado em gerar um sentimento de unidade nacional – uma identidade brasileira, que auxilie o governo na tarefa de manter o controle social e poupar esforços ao não desenvolver políticas públicas para patrimônios culturais imateriais de pequenas localidades alheias às metrópoles.

Na Bahia, onde as emissoras comerciais locais, braços dos grandes conglomerados nacionais, exploram comercialmente certos festejos populares, transformando-os em produtos,

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, DT 8 – Estudos Interdisciplinares, do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 03 a 07 de setembro de 2012, Fortaleza – CE.

² Waldelio Pinheiro do Nascimento Júnior é jornalista e coordenador de programação da TV UFPB. Pesquisador associado à Intercom e à Rede Folkcom. Contato: juniorpinheiro@ymail.com

³ Mestranda em Comunicação e Culturas Midiáticas – UFPB. Pesquisadora associada à Intercom e à Rede Folkcom. Membro do Grupecj – UFPB. Contato: juniamartins@ymail.com

uma iniciativa desenvolvida, entre 1995 e 2003, pela TVE Bahia, com o suporte da Universidade Federal da Bahia (UFBA), buscou oferecer ao público telespectador uma visão diferenciada de cultura popular, registrando e difundindo uma diversidade de elementos folclóricos, presentes, quase sempre, em comunidades rurais do interior do estado.

Para tanto, a emissora buscou, por meio do suporte acadêmico, uma aproximação diferenciada com as localidades, na tentativa de minimizar as interferências no cotidiano destas e garantir voz aos seus atores sociais. Deste esforço, nasceu o Bahia Singular e Plural – projeto premiado que, quase dez anos após o encerramento de sua produção, continua sendo referência em conteúdo de televisão pública com foco em cultura popular.

Televisão e relações com a cultura

Apesar dos novos pontos de vista suscitados nas últimas décadas, muitos estudos sobre a televisão continuam subestimando o potencial do meio ou tratando-o apenas sob o ponto de vista industrial, veiculador de materiais descartáveis, de pouco valor.

Este conceito intelectual elitista – concebido, muitas vezes, de maneira precoce, sedimentado pelo pensamento hegemônico e respaldado pela análise científica – ignora, ou finge ignorar, a possibilidade de qualquer programação de qualidade na televisão, pois esta, sendo um meio de apelo popular, é posta na mesma vala comum das chamadas subculturas e do inculto.

É verdade que a discussão sobre a qualidade em televisão está longe de ser uma matéria de consenso. De uma forma geral, os intelectuais de formação mais tradicional resistem à tentação de vislumbrar um alcance estético em produtos de massa, fabricados em escala industrial. No seu modo de entender, a boa, profunda e densa tradição cultural (literatura, música, teatro, artes plásticas), lentamente filtrada ao longo dos séculos por uma avaliação crítica competente, não pode ter nada em comum com a epidérmica, superficial e descartável produção em série de objetos comerciais de nossa época (MACHADO, 2005, p.23)

No posicionamento dos intelectuais elitistas, contudo, há um grande equívoco, como pontuam Jesus Martín-Barbero e Germán Rey (2001), pois ao ignorar o potencial positivo da televisão, estes colaboram com a manutenção da lógica midiática hegemônica, o que beneficia as elites. A manutenção da televisão no campo da produção em massa interfere diretamente na cultura e na formação das identidades dos setores populares. É na televisão, a mídia que mais radicalmente irá desordenar a ideia e os limites do campo da cultura, que se produz o espetáculo do poder e do simulacro da democracia. Assim,

apenas ignorar, ou desligar a televisão implica em considerar irrelevantes todas as lutas e movimentos contra a lógica mercantil avassaladora que devora essa mídia, acelerando a concentração e o monopólio e abrindo mão da defesa de uma televisão pública, que passe das mãos dos governos às das organizações da sociedade civil que represente a luta das comunidades para construir as imagens de sua diversidade cultural (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p.27)

É neste contexto de igualdades massificantes e da necessidade de se ver e fazer televisão de outra forma – abrindo espaços à diversidade sociocultural, alheia à cultura legitimada pelo estamento econômico – que emergem as emissoras públicas. Canais que, ao menos em seu ideal, devem servir como alternativa às televisões comerciais.

Pensando a televisão como serviço público, em certo sentido, todo canal deveria possuir o ideal de uma tevê pública. Contudo, como são geralmente reguladas por políticas de concessão e exploração terceirizada, nem sempre se pode garantir a veiculação de materiais comprometidos com interesses do povo. Apesar das primeiras experiências datarem dos anos 1930, com a BBC de Londres, ainda hoje a teledifusão pública mostra-se como um conceito em construção, sendo, muitas vezes, confundido, cooptado ou atrelado ao poder estatal, como canais governamentais.

A experiência de televisão pública na América é mais recente que na Europa. No Brasil, as transmissões públicas se iniciam por interesses governamentais nos anos 1960. A falta de definições, o atrelamento ao estado e a falta de investimento são algumas das dificuldades que tem impedido estes canais de exercerem, mais eficazmente, seu papel. Além disto,

a inexistência de políticas televisivas, somadas á definição social de políticas culturais, o pouco risco e experimentação em suas atividades criativas e de programação, a ausência de produtores independentes que proponham inovações de linguagem, a cópia dos formatos reiterativos das televisões comerciais são apenas alguns dos problemas sofridos pelas televisões públicas e que, em muitos casos, as conduziram infelizmente a uma realidade de prostração e isolamento (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 69)

Apesar de todos estes obstáculos, a televisão pública, no Brasil, insiste em existir, com experiências que vão desde o vínculo com os poderes executivo, legislativo e judiciário, às tevês universitárias e comunitárias. Apesar das vivências diversificadas, uma questão se posiciona como elemento agregador da maioria: como fugir do modelo padrão imposto pelas televisões comerciais e produzir uma programa democrática e de qualidade?

Se a televisão é vista como um ritual coletivo, a qualidade pode estar no seu poder de gerar mobilização, participação, comoção nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo (...). Outros (...) podem encontrar mais qualidade em programas e fluxos televisuais que valorizem as diferenças, as individualidades, as minorias, os

excluídos, em vez da integração nacional e o estímulo ao consumo. Por fim, se é difícil conciliar tantos interesses divergentes, a qualidade pode estar simplesmente na diversidade, o que significa dizer que a melhor televisão seria aquela que abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diferenciadas (MACHADO, 2005, p.25)

Se a qualidade na programação estiver vinculada à diversidade, abrangendo minorias e atores sociais excluídos, certamente estará ligada tanto à cultura considerada erudita quanto à cultura popular e suas tradições folclóricas, em boa parte, ignoradas pelos grandes meios ou sujeitas à ressignificações e tratamentos que mais interferem em seu cotidiano do que valorizam sua manutenção.

Em 1967, Luiz Beltrão, observando as relações entre a comunicação e a cultura popular, cunhou o termo Folkcomunicação, que para ele, diz respeito às formas criativas e tradicionais de resistência e sobrevivência cultural dos grupos à margem da mídia. Para ele, a Folkcomunicação é "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" (BELTRÃO, 1980, p. 24).

Na contramão das atividades de resistência desenvolvidas pelas comunidades como formas alternativas de comunicação, a grande mídia se apropria da cultura popular, a fim de incrementar sua produção e desenvolver maior apelo frente ao seu público alvo. Para tanto, a informação midiática recorre aos estereótipos e converte a informação a fim de que se enquadre em seu padrão. Para Ecléa Bosi (1996), a mídia comercial, industrial e mercadológica, adapta a arte cultural ao consumidor e intenta substituir o folclore, ao dar a seus produtos uma aura popularesca, distante da cultura popular real. "A cultura de massas, diferentemente do folclore, não tem raízes na vivência cotidiana do homem da rua. Ela produz modas (...) mas não foi capaz de criar nada" (BOSI, 1996, p. 77).

Da apropriação, ressignificação e veiculação de elementos da cultura popular pelos sistemas de massa, surge o termo Folkmídia, uma nova visão sobre o folclore e sobre a Folkcomunicação (LUYTEN, 2006). Em boa parte das relações folkmidiáticas, ocorrem situações de apropriação das expressões populares pelos meios industriais, que na verdade são formas de expropriação das tradições folclóricas, cujo intento é convertê-las em espetáculos de massa, sendo altamente danosas e degradadoras das expressões do imaginário popular (BENJAMIN, 2004).

Poderia, então, a televisão dialogar com a cultura popular de forma não predatória e sem expropriar suas tradições? Se as grandes televisões agem com interesse comercial, as emissoras públicas brasileiras – tendo a maior parte de programação também produzida a partir dos grandes

centros – não estariam comprometidas com certa ideologia de Estado voltada à ideia de uma identidade nacional populista? Acredita-se que a televisão pública, voltando-se mais ao interesse do povo que do Estado, teria o papel de garantir pluralidade e diversidade de vozes, informações e culturas.

Televisão pública no Brasil: uma história crítica

A televisão chegou ao Brasil por mãos da iniciativa privada e, até hoje, enfrenta consequências desta origem. Ao contrário de alguns países europeus, onde o Estado foi o responsável pelo início das transmissões e pela criação de marcos regulatórios; em terras tupiniquins, a televisão foi trazida e controlada, em seu início, pela visão de negócios de Assis Chateaubriand, maior empresário brasileiro de comunicação do seu tempo.

A introdução da televisão no Brasil coincide com um período de mudanças na estrutura social, econômica e política do país – um período de industrialização, investimentos em infraestrutura e grande movimento de migração do campo para as grandes cidades (MATTOS, 2000). Quando a TV Tupi foi inaugurada, em setembro de 1950, pelos Diários Associados, despertou interesse imediato de outros empresários da comunicação, dando início às disputas pelas concessões de canais e iniciando a era dos grandes conglomerados comunicacionais no Brasil – situação que perdura ainda hoje.

Em 1964, quando os militares assumem o Estado brasileiro, a indústria televisiva estava em franco processo de solidificação. O novo governo vislumbrou no novo meio, uma forma de ampliar sua hegemonia política e promover a manutenção da ordem e da unidade nacional: um agente de modernização e eficaz ferramenta de integração nacional, segurança e paz social (MATTOS, 2000). Assim, passou a utilizá-la com fins de disseminar e solidificar uma ideia de identidade nacional que dissesse respeito a todo o povo.

A programação da tevê no Brasil, então sustentada por anúncios de marcas estrangeiras, passou a ter no Estado um grande parceiro. Essa época, que Sérgio Mattos (2000) denomina de *boom* da televisão, ocorre no mesmo período do chamado *milagre econômico*, modelo de desenvolvimento adotado pelo governo militar, nos finais dos anos 1960. Este momento econômico, aliado aos interesses do Estado, possibilitaram avanços técnicos e tecnológicos que fortaleceram os canais aliados ao regime governamental.

Para dar sequência ao projeto de integração, a programação televisiva passou a exibir artistas e músicos ligados à cultura popular, a qual também passava por um momento de

industrialização. A música, a literatura, o cinema e principalmente o conteúdo televisivo desta época retratam bem este momento (ORTIZ, 1999).

As telenovelas, porta-vozes deste processo, se dedicaram a abordar temáticas vinculadas ao Nordeste e, posteriormente ao Norte e Centro Oeste, difundindo costumes e tradições locais, mas sob a ótica do Sul do país. Esta prática pasteurizou as nuances culturais e as peculiaridades, tratando-as do pitoresco ao cômico e mostrando seu povo como um grupo uniforme, de pessoas incultas, que necessitavam de avanços socioculturais.

A televisão ou a mídia eletrônica, com seu poder instantâneo, segue os modelos vigentes e entoca o Folclore dentro de programação especial, de parca audiência. Nas novelas, por exemplo, o falar é caricatural e os temas populares se confundem com o realismo mágico, sem conexão esclarecedora para os telespectadores. Como a TV é a moldura do bonito, não há lugar para o povo, de tez queimada, analfabeto, feio, na visão hegemônica da beleza padronizada pelo plin-plin (...). Em regra, o Folclore não frequenta a televisão e quando é inserido, incidentalmente, concorre para ridicularizar ou tornar exótica a manifestação da cultura do povo (BARRETO, 2005, p.109)

No final dos anos 1960, a Unesco definiu diretrizes voltadas ao desenvolvimento dos países do hemisfério sul, que incluía o uso da televisão no processo educativo dos países com deficiência escolar. As autoridades brasileiras, guiadas pelo ideal desenvolvimentista do governo militar, acreditavam “na ideia da televisão como instrumento educacional, capaz até mesmo de substituir a escola tradicional e seus professores” (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 125).

Como forma inicial de aplicar este ideal à prática, muitos governos estaduais autoritários investiram em sistemas de ensino baseado em videoaulas, como o governo do Maranhão, que chegou a fechar escolas e demitir professores para contratar produtoras a fim de utilizar o audiovisual como instrumento de educação com baixo custo (CAPPARELLI; LIMA, 2005). Em outro caso, a Secretaria de Educação da cidade de São Paulo, a partir de 1961, passou a desenvolver cursos de admissão televisivos, que eram produzidos e veiculados pela TV Cultura, num período em que esta ainda era parte dos Diários Associados (LIMA, 2008).

Outros governos, buscando implantar seus projetos de tele-educação, procuraram ir além destas experiências de associações com televisões privadas e tentaram estruturar emissoras educativas em seus estados. A primeira tentativa a dar certo contou com o suporte do então Ministério da Educação e Cultura (MEC); primeira emissora pública do Brasil, a TV Universitária de Pernambuco, ligada à UFPE, começou a ser estruturada em 1967, entrando oficialmente no ar em novembro de 1968.

Inaugurada em 1960, a TV Cultura, integrante das Emissoras Associadas, apesar de seu nome, exibia uma programação com perfil eminentemente comercial. Apenas em 1969 a TV

Cultura seria anexada pelo estado de São Paulo, sendo sua administração entregue à recém-criada Fundação Padre Anchieta (LIMA, 2008).

Durante os anos 1970, segundo Alexandre Fradkin (2003), vários esforços foram realizados no Brasil, a fim de incrementar a nascente televisão pública do país. Uma delas foi o Programa Nacional de Tele-educação (Prontel), criado pelo MEC em 1972, com intuito de coordenar as atividades de videoaulas no país. Nesta mesma década, foi inaugurada a Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE), com finalidade de gerir a Televisão Educativa do Rio de Janeiro (TVE Brasil), cujo objetivo era o de produzir e gerar material para emissoras públicas de outros estados.

Diversas reuniões e projetos foram realizados, nos anos 1970 e 1980, pelo Governo Federal, na tentativa de organizar uma rede de emissoras públicas, com intuito de suprir as carências operacionais, além de oferecer maior apoio às emissoras do Norte e Nordeste (FRADKIN, 2003). Em 1983, numa tentativa de implementar uma rede nacional, foi criado o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), administrado pela Fundação Nacional de Televisão Educativa (Funtevê), órgão administrador da TVE do Rio.

O objetivo principal do Sinred era o de permitir que todas as emissoras educativas veiculassem uma programação constituída por programas produzidos por todas as integrantes, diferentemente do que ocorria com as redes comerciais, que se limitavam a retransmitir a programação das cabeças-de-rede, localizadas, invariavelmente, no Rio de Janeiro e em São Paulo (FRADKIN, 2003, p.58)

Até o início dos anos 1990, o Sinred já contava com 15 televisões afiliadas que, juntamente com a TV Cultura, formaram a Rede Pública de Televisão, tendo sua programação gerada a partir das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo. A esta centralização da produção, viriam se somar outras deficiências, como o conteúdo que priorizava materiais de caráter essencialmente educativo e, no caso da TV Cultura, programas que eram direcionados, quase que essencialmente, à difusão da cultura erudita.

A cultura popular, como sabemos, é caracteristicamente local. Embora se possa falar em elementos ou traços comuns de uma cultura nacional ou até de um substrato universal na tradição popular, na verdade, a produção cultural popular é regional ou micro-regional. (...). A produção de televisão centralizada a nível nacional ainda não se conscientizou desta característica ou procura ignorá-la (BENJAMIN, 2000, p.117)

Voltadas ao teatro, cinema, música clássica ou às aulas de aceleração, as emissoras públicas, embora preocupadas em produzir conteúdos diferenciados das televisões comerciais, até o final dos anos 1990 reservavam pouquíssimo espaço para difusão de manifestações

culturais da tradição popular. Mesmo em seu jornalismo, cujo conteúdo era originado no eixo Rio/São Paulo, havia pouco espaço para diversidades culturais de outros estados, o que, como pontua Roberto Benjamin (2000) é um problema provocado pela falta de conscientização quanto ao valor do regional.

TVE Bahia: a busca por uma programação regional

A polarização da produção no eixo Rio/São Paulo, com pretensões de ser nacional, é incompatível com a expressão local da cultura popular. O impasse somente poderá ser rompido a partir da produção regional da televisão, o que contraria os interesses econômicos dos grupos dominantes (BENJAMIN, 2000, p.119)

O Brasil possui um complexo sistema de elementos ligados à cultura popular. A miscigenação das diversas etnias que compõe o povo brasileiro criou um leque de tradições híbridas tipicamente nacional que, embora tenha raízes em culturas diversas, mostram-se vivas e ressignificadas num contexto próprio, com características bem peculiares.

Para o folclorista Luiz Antônio Barreto (2005), o Brasil possui o mais variado e complexo repertório da cultura popular, por se tratar de uma sociedade multiétnica, o que resulta num repertório plural, rico em manifestações artísticas, que produz uma identidade singular, típica. Segundo ele, “além de multiétnica, a sociedade brasileira é assimétrica, com uma cultura híbrida como híbridas são, aliás, todas as culturas do Novo Mundo” (BARRETO, 2005, p.89).

A imprensa brasileira, todavia, abriu pouco espaço em sua agenda para os fatos folclóricos, muitas vezes tratados como elementos de uma cultura menor, ligada a um passado iletrado, inculto e fossilizado. Ligadas ao cotidiano das comunidades, as tradições folclóricas são vivas e estão em constante desenvolvimento. Assim,

o Folclore não pode continuar sendo visto, então, como a cultura dos pobres ou de pobres, identificado por características que fossilizam a existência dos povos, prendendo-os, inapelavelmente, ao passado, sem o espaço local e sem os suportes de sua validade. (BARRETO, 2005, p. 101).

O pensamento por trás deste processo se deve, em grande parte, às contradições da modernidade latino-americana, que aflora, principalmente, na televisão – meio no qual esta modernidade, segundo Jesus Martín-Barbero e Germán Rey (2001), encontra-se em crise com seu modelo central. Este processo se inicia nos anos 1920, quando o pensamento moderno gera um sentimento da necessidade de modernização social, onde “o nacional se propõe como síntese

da particularidade cultural e da generalidade política, que transforma a multiplicidade de desejos das diversas culturas em um único desejo de participar – fazer parte – do sentimento nacional” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 41).

Nos anos 1950, o nacionalismo se transforma em populismos que consagram o protagonismo do Estado, em detrimento da sociedade civil. Havia projetos de nação, mas em desajustes com o nacional. Representante deste pensamento, a mídia acabou por assumir um lugar econômico e culturalmente inacessível às maiorias. Segundo Roberto Benjamin (2000), a televisão, ao mesmo tempo em que ignora o folclore, recorre aos seus temas, manifestações e elementos da cultura popular tradicional, ressignificando-os e alterando muitas de suas características, produzindo uma descaracterização de suas práticas, pois alheia a seu contexto, a cultura perde seus laços orgânicos: bases de seu tecido próprio.

Esse perfil eminentemente comunicacional assumido hoje pelas festas populares alterou-lhes profundamente a fisionomia primitiva. As antigas tradições vão sendo substituídas por novos padrões de interação sociocultural. A mídia e as instituições comerciais transformam as festas em espetáculos coletivos, fruídos por usuários dispersos, muitas vezes convocados aleatoriamente, até mesmo fora dos calendários cívicos ou religiosos (MELO, 2008, p. 77)

Na Bahia, a situação não é muito diferente. Celeiro da heterogeneidade cultural popular, o estado viu muito de sua diversidade ser ignorada em detrimento de uma indústria fonográfica, turística e midiática que adaptou certos elementos da cultura de matriz africana a interesses comerciais. Assim como pontua Albino Rubim (2000), tentou-se consolidar e difundir uma nova identidade baiana, que abandona o imaginário da *boa terra* e apresenta a Bahia como a terra da felicidade; um lugar de ritmos, danças e corpos frenéticos, embalados por tambores vigorosos,

uma terra boa e desejada, porque animada, e ressignificada como lugar de todas as festas para todos os que aqui estão ou especialmente chegam (...). Salvador deixa de ser aquela pacata *Cidade da Bahia* para tornar-se Salvador, a capital do Axé e do carnaval (RUBIM, 2000, p. 87).

Neste contexto massivo, cabe à tevê, enquanto serviço público, estabelecer como padrão de qualidade a pluralidade, predicado intransferível de uma emissora pública.

As televisões públicas deveriam encontrar um equilíbrio difícil entre a programação generalista, isto é, orientada para a maioria do público, com uma programação que leve em conta os direitos das minorias, aquelas que não costumam se acomodar às descrições das populações-objetivo (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 70)

Como alternativa às emissoras comerciais baianas e para oferecer à população uma programação diferenciada, em novembro de 1985 entrou no ar a TV Educativa da Bahia. O projeto iniciado no final dos anos 1960, e frustrado por questões políticas e financeiras, finalmente se concretizou.

Em seus primeiros anos, a TVE Bahia dedicou grande parte de sua programação ao telejornalismo cotidiano e esportivo e à educação. Alguns esforços conduziram a programas voltados à memória e às tradições de matrizes africanas, mas em abordagens ligadas apenas ao espaço urbano de Salvador (NASCIMENTO, 2006). Outras produções da emissora traziam assuntos direcionados à cultura considerada formal e elitizada, como música, cinema, teatro, artes visuais e arquitetura.

A experiência do Bahia Singular e Plural

A partir de 1995, a direção do Instituto de Radiodifusão do Estado da Bahia (Irdeb), órgão responsável pela TVE, assume uma política de regionalização da sua produção a fim de manter maior contato com o interior do estado e divulgar sua diversidade cultural. O principal alvo eram as tradições que resistiam, às portas do século XXI, e que muitos acreditavam nem mais existirem. As ações contemplaram a confecção de matérias, documentários, interprogramas e animações que passaram a fazer parte de sua programação, bem como de sua identidade visual. Dez anos depois de sua fundação, a TVE buscava ser uma televisão de várias Bahias.

Assim, ainda em 1995, iniciaram-se os projetos Memória em Película – trabalho de resgate da memória audiovisual do estado, e Mapeamento Cultural e Paisagístico da Bahia, cuja primeira medida foi buscar informações em todos os municípios do estado, a fim de se realizar documentários, reportagens e programas especiais. Esta ação inicial levantou dados acerca de equipamentos, folguedos, manifestações culturais, festejos, comidas e bebidas típicas, medicina popular, arquitetura e memória.

As ações desenvolvidas pelo projeto Mapeamento Cultural e Paisagístico da Bahia deram origem à série Bahia Singular e Plural, que registrou e difundiu, de forma pioneira, um vasto repertório e “ofereceu ao público baiano a possibilidade de redescobrir, por meio de ondas eletrônicas de rádio e TV, a riqueza e a diversidade da cultura popular tradicional espalhada por todo o interior do estado” (PIRES NETO, 2005, p. 166).

Ao todo, entre 1995 e 2003 – período que compreendeu a realização do projeto – foram produzidos 18 documentários média-metragem para televisão, oito CDs – coletâneas de cânticos

religiosos e laborais, acompanhados de vasto material impresso – e mais de cem interprogramas, clipes e vinhetas, além de vasto material de arquivo, não utilizado nas edições.

Premiado duas vezes pelo Prêmio Banco do Brasil de Jornalismo e vencedor, em 2002, do Prêmio Rodrigo Mello Franco de Andrade, do Iphan, pela divulgação da cultura brasileira, o *Bahia Singular e Plural* é, até hoje considerado a maior ação do gênero, no Brasil e, segundo Alessandra Nascimento (2006) é a produção audiovisual que melhor exemplifica a preocupação da televisão pública com elementos regionais e sensibilidade com a cultura popular.

Nos primeiros momentos da confecção dos registros, a TVE enfrentou dificuldades que iam desde a escassez de equipamento e pessoal até a formatação da linguagem ética e estética dos produtos finais. Os primeiros materiais produzidos estavam mais próximos das reportagens realizadas pelas emissoras comerciais. Com a experiência e a liberdade para experimentar outras possibilidades, a TVE acabou por desenvolver uma linguagem audiovisual muito própria, que mesclava gêneros da grande reportagem televisiva com documentários.

Os 24 primeiros interprogramas, com duração de um minuto, foram apresentados ao Conselho Estadual de Cultura da Bahia em 1997, que elogiou a iniciativa, apontando, como único problema, a inexistência de critérios de ordem antropológica na pesquisa desenvolvida pela produção. A partir de então, além da produção audiovisual, uma equipe buscou referenciais teóricos para a realização do projeto, utilizando, para tal intento, estudos culturais, antropologia e textos de diversos folcloristas brasileiros.

Em 1999, o projeto recebeu importante suporte acadêmico, advindo do Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas da Universidade Federal da Bahia (PPGAC-UFBA), que agregou ao trabalho pesquisadores de teatro, dança e etnomusicologia. Técnica, tecnologia, estudos teóricos e cultura popular estabeleceram uma relação capaz de produzir uma colcha de retalhos autêntica e original na televisão brasileira.

A série Bahia Singular e Plural é uma experiência fronteiriça entre culturas populares tradicionais e tecnologias avançadas de comunicação. A sistematização e reflexão iniciadas visam levantar alguns significados contidos na experiência, tentar compreendê-la como uma perspectiva histórica e no contexto contemporâneo e globalização, caracterizado pelas redes telemáticas, pela criação/difusão incessante de imagens e pela sinergia de fenômenos arcaicos e do desenvolvimento tecnológico (PIRES NETO, 2005, p. 166)

A proposta da emissora de se deslocar da capital pode ser considerada bem sucedida, pois além da região Metropolitana, foram abordadas pelo projeto o Recôncavo e o Sertão baianos, além das regiões Sul, Extremo Sul, Norte, Sudoeste, Oeste, Chapada Diamantina e Piemonte da Diamantina. O trabalho realizado no interior revelou muitas outras culturas, além

das ressignificações midiáticas apresentadas pela mídia como a cara do estado. O Bahia Singular e Plural mostrou quão diversificadas são as tradições populares baianas, muitas das quais eram desconhecidas fora de seus próprios territórios.

Os folguedos, festas e rituais registrados, em sua maioria, são parte do cotidiano das comunidades rurais, ou suburbanas, tendo suas origens ligadas à ancestralidade de seus habitantes e mantidas, quase sempre, pela transmissão oral entre gerações. São tradições ligadas à religiosidade, ao trabalho e funcionam como elementos de afirmação das identidades locais, que buscam sobreviver frente às influências externas, muitas das quais tem avançado sobre as culturas locais por meio da educação formal ou da televisão. Trata-se de uma profunda disputa e negociação simbólica, que envolvem diferentes imaginários ou modos de representação.

É certo que as tradições culturais populares perduram porque são reelaboradas no cotidiano das comunidades, mantendo-se vivas, por meio da relação entre a tradição e a contemporaneidade, sem a qual se fossilizariam. No entanto, o que foi percebido pela produção do programa é que, por conta da entrada de elementos culturais externos, muitos jovens perdem interesse na manutenção destas tradições, vistas por eles como algo ultrapassado, ligados ao tempo de seus avós e sem nenhum valor.

Para Roberto Benjamin (2000), na maioria das vezes em que a televisão apresenta elementos tradicionais, refletem sobre os meios populares “levando à introdução de mudanças no vestuário, adereços e até na função e na forma de apresentação das manifestações folclóricas espontâneas” (BENJAMIN, 2000, p. 23). A fim de não interferir negativamente nas tradições registradas, a TVE procurou fazer um trabalho não predatório, para o qual foi vital o contato com a academia, pois ao recorrer à etnografia e à antropologia, foram incorporadas técnicas afirmativas de aproximação com os mestres das tradições, muitos dos quais se encontravam com sua autoestima afetada.

Durante os contatos com os mestres dos folguedos, festas e rituais religiosos populares da Bahia, pudemos perceber que essas manifestações culturais contribuem para a formação ética e estética das pessoas envolvidas com a sua produção, ajudando a elevar a autoestima tanto do brincante como do grupo social no qual ele está inserido, contribuindo com a afirmação de identidades locais e fortalecimento da cidadania (PIRES NETO, 2005, p. 166)

A televisão pública oferece espaços emancipatórios, voltados à consciência cidadã e ao protagonismo das comunidades regionais e locais “em sua luta pelo direito à *construção de sua própria imagem*, que se confunde com o direito à sua memória” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 35). A preocupação em valer-se da memória dos atores sociais, respeitando seu

protagonismo, fez com que fossem privilegiadas filmagens em seus próprios ambientes – mesmo na captação audiodfônica para a gravação dos CDs, o que manteve a ambiência natural dos cânticos. No caso das celebrações de padroeiros, ou atividades agrícolas sazonais, as gravações se deram durante as próprias festividades.

Em abril de 1998, a TVE começou a exibir, regularmente, em sua programação, interprogramas, com cinco minutos cada, da primeira fase da série, que passaram a ser veiculados nos intervalos dos principais programas da emissora. Nos anos seguintes, à medida que novos registros iam sendo realizados, outros materiais eram inseridos nos espaços. Além da TVE Bahia, outras emissoras também exibiram a série, como a TV Cultura (em rede com outras emissoras públicas do Brasil), TV Senado, TV Minas, TV Sesc/Senac, entre outras.

Além da veiculação televisiva, os documentários foram levados a eventos como exposições e mostras, no Brasil e em Portugal. Onde se fizeram presentes, os materiais foram aplaudidos pelo pioneirismo e valor estético, pela riqueza dos registros e pela importância histórica, artística e cultural.

Ao terem suas tradições registradas em vídeos, CDs e exibidos em emissoras públicas e eventos, muitos grupos que resistiam bravamente há anos, apenas em suas localidades, recuperaram o fôlego e obtiveram adesão de jovens de suas comunidades interessados em se tornarem partícipes de suas atividades.

O registro e difusão audiovisual dos folguedos, festas e rituais religiosos populares são poderosos fertilizantes para aumento da auto-estima dos portadores das tradições populares, podem funcionar como instrumentos de reforço da coesão social e busca de alternativas econômicas locais, produzem impactos sobre o imaginário dos jovens – mais expostos aos novos hábitos e formas de lazer difundidos pela indústria do entretenimento – animando-os para a valorização dos *brinquedos* tradicionais (PIRES NETO, 2005, p. 169)

Considerações finais

Se a experiência pioneira do Bahia Singular e Plural ainda está longe de ser considerada ideal na proposta de um modelo de relação da televisão com o folclore, serve como importante pressuposto para atuais e futuras propostas de registro e difusão de elementos da cultura popular, de forma não predatória, nem expropriatória.

Muito dessas características se devem ao fato de ser a TVE Bahia uma emissora pública, que gozou de certa liberdade criativa, no período do projeto, embora tivesse enfrentado

outras dificuldades, de ordem técnica, tecnológica e financeira. Contudo, nem mesmo estes contratemplos impediram a equipe – apaixonada por seu objetivo e pela beleza e riqueza da diversidade cultural da Bahia – levasse o projeto à frente.

Ainda hoje, quase dez anos após o encerramento dos trabalhos de produção, o Bahia Singular e Plural continua servindo de referencial metodológico e estético para outras produções televisivas com enfoque em cultura popular, bem como de vasto material para pesquisa acadêmica, de áreas que vão desde as artes cênicas e visuais, à música, antropologia e comunicação. A consulta a todo o material produzido e registrado pelo projeto é livre e aberta ao público, na videoteca do Irdeb.

Dentre as benesses do projeto, estão o fato de se ter mapeado e registrado atividades que estavam às portas de se extinguirem, colaborar para manutenção das tradições, que mesmo sofrendo modificações – normais a tudo que é vivo, como a cultura popular – mantém suas raízes, o aumento da autoestima das comunidades e incentivo aos jovens para tomaram parte nos trabalhos artísticos desenvolvidos pelos mais idosos.

Muitas das comunidades registradas pelo projeto viraram pauta de outros programas, alguns deles produzidos por emissoras comerciais. Alguns dos grupos foram convidados para se apresentar em outros estados, como a quixabeira, de Lagoa da Camisa; e até em outros países, caso do Zambiapunga, de Nilo Peçanha, que em 2003 se apresentou no Marrocos. Apesar disto, continuam realizando suas atividades folclóricas como parte de seu cotidiano rural, nos dias festivos ou de descanso, para dar ritmo ao trabalho, louvar por uma benção recebida ou até mesmo encomendar a alma de um companheiro que se foi.

Referências bibliográficas

BARRETO, Luiz Antônio. **Folclore** – invenção e comunicação. Aracaju: Typografia Editorial; Scortecci, 2005.

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

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2000.

_____. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

BOSI, Ecléa. **Cultura de massa e cultura popular**. Leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1996.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e televisão**: desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

FRADKIN, Alexandre. Histórico da TV pública / educativa no Brasil. In: CARMONA, Beth (Org.). **O desafio da TV pública**: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma história da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Fundação Padre Anchieta, 2008.

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. In: SCHIMIDT, Cristina (Org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac SP, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesus; REY, Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac SP, 2001.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950 – 2000). Salvador: Editora PAS; Ianamá, 2000.

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

NASCIMENTO, Alessandra. **TVE imagem e cultura da Bahia**. Salvador: Edição do Autor, 2006.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

PIRES NETO, Josias. **Bahia singular e plural**: registro audiovisual de folguedos, festas e rituais populares. Salvador: Secretaria de Cultura e Turismo; Fundação Cultural, 2005.

RUBIM, Albino. Comunicação, mídia e cultura na Bahia contemporânea. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 9, n. 4, p. 74-89, março. 2000.