



A influência do líder de opinião folk em comunidades rurais¹ **The influence of the opinion leader folk in rural communities**

Bárbara Avrella²

Palavras-chave: Comunicação Social; Folkcomunicação; Itálico Cielo; Líder de opinião; Sindicato dos Trabalhadores Rurais.

1. A Teoria da Folkcomunicação e o Líder de Opinião Folk

O líder sindical Itálico Cielo, agricultor, nascido em São José do Mauá, comunidade rural do município de Porto Mauá-RS, exerce grande influência junto aos pequenos produtores rurais dos municípios de Tuparendi-RS e Porto Mauá-RS, onde atua como presidente do Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STRTP). Cielo é uma personalidade conhecida na comunidade local, pois participou da fundação do sindicato, em 1967, além de exercer, por diversos mandatos, a presidência da entidade. Por meio de sua atuação no STRTP, pode-se notar sua influência e denominá-lo como líder de opinião folk, de acordo com a teoria da folkcomunicação. Partindo desse contexto, este estudo tem os seguintes objetivos: identificar quais características fazem do programa radiofônico do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Tuparendi-RS e Porto Mauá-RS um veículo folkcomunicacional, além de destacar como Itálico Cielo exerce o papel de líder de opinião folk nas comunidades rurais de Tuparendi e Porto Mauá.

Em meados dos anos 1960, Luiz Beltrão, pesquisador de referência no campo da Comunicação no Brasil, inicia uma pesquisa destinada a fomentar as diretrizes da folkcomunicação. Em sua tese de doutorado, defendida em 1967, Beltrão define a

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Instituição, titulação, email.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

folkcomunicação “como o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta e indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 24).

A teoria da folkcomunicação é apontada como a única teoria da comunicação criada no Brasil. O trabalho de Luiz Beltrão, precursor da temática, é considerado um marco referencial para pesquisadores da Comunicação de todo o mundo. Beltrão, em sua pesquisa, estudou os modos e instrumentos de comunicação em regiões menos desenvolvidas do país, em áreas onde o rádio, o jornal, a televisão e o cinema não penetraram.

Com o tempo, houve a ampliação no campo de estudos de folkcomunicação, uma vez que o próprio Beltrão, autor da teoria, a atualizou. Em 1980, ainda em vida, o autor publicou o livro *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*. Em sua obra, o pesquisador trabalha a comunicação a partir de grupos: os rurais marginalizados, os urbanos marginalizados e os culturalmente marginalizados, trazendo a identificação dos grupos, os seus meios de expressão e as suas características.

Beltrão (1980), ao estudar grupos considerados marginalizados, evidencia que a folkcomunicação não tem apenas o objetivo de informar ou orientar, mas também educar, especialmente aqueles que vivem aquém dos privilégios culturais, econômicos e sociais. Para o autor,

[...] a folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa. (BELTRÃO, 1980, p. 28)

Vale lembrar que a folkcomunicação não deve ser vista como instrumento da cultura popular ou do folclore, ela deve ser considerada, antes de tudo, como



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

“procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais” (HOHLFELDT, 2013, p. 877), modificando-se a partir da influência da comunicação de massa e industrializada, ou quando apropriada por tais complexos.

Focamos o estudo nos grupos rurais marginalizados, que estejam familiarizados com algum canal midiático, seja como comunicadores ou receptores, mas que tenham seus próprios líderes, que os aconselham e orientam. Por outro lado, é preciso ter em conta que, ainda que o acesso aos meios de comunicação tenha crescido nas camadas periféricas da sociedade, há, ainda, uma ampla parcela da população que não possui acesso e/ou não está educada para as mídias, visto que não basta o simples contato, é necessária a compreensão das técnicas e das possibilidades de uso (MARTINS, 2013). De acordo com Martins (2013, p. 407), “a situação abre brechas para atuação dos agentes folkcomunicacionais (BELTRÃO, 2001) ou ativistas midiáticos (TRIGUEIRO, 2008), que recodificam e reinterpretam mensagens transferidas às comunidades”.

Em 1940, Paul Lazarsfeld e outros investigadores realizaram uma pesquisa durante a eleição presidencial nos Estados Unidos, em uma comunidade do estado de Ohio, com o objetivo de definir motivos e modalidades com que se formam as opiniões políticas no desenvolvimento da campanha presidencial (WOLF, 2012). Ao final da pesquisa, constataram que os meios de comunicação, colocados a serviço de grandes campanhas, não eram tão eficazes quanto a influência de determinados atores sociais junto à população (BELTRÃO, 2001). A partir disso, houve a descoberta dos líderes de opinião e o fluxo de comunicação em dois níveis, isto é, “dos meios aos líderes e destes aos seus amigos mais próximos” (BELTRÃO, 1980, p. 31). O líder de opinião é o intermediador do processo comunicativo, em que a mensagem vai do comunicador ao líder de opinião, depois, do líder de opinião ao público. Uma das características que diferencia os líderes de opinião de outros indivíduos é o carisma e a facilidade de transitarem nos vários estratos sociais, tornando-se influentes e com alto grau de credibilidade perante seus liderados.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

No que tange à Folkcomunicação, o conceito de líder de opinião também foi amplamente abordado, especialmente por Beltrão. O autor destaca a personalidade do líder folk, ou seja, “aquele que conversa com a comunidade na qual está inserido” (BOTELHO, 2013, p. 528). O comunicador folk, como podemos denominar o líder de opinião na folkcomunicação, é capaz de se expressar e traduzir as mensagens a partir de uma linguagem adequada e acessível aos seus receptores, visto que ele faz parte daquele universo sociocultural. Como salienta Beltrão (1980, p. 35), os líderes nem sempre são autoridades reconhecidas, “mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, 9 alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham”. Podemos considerar que, na folkcomunicação, o líder de opinião tornase protagonista no processo de interligação entre o global e o local, tem acesso a diversas fontes de informação, estando em contato com diferentes grupos, mas mantém-se vinculado ao local.

2. Análise do programa radiofônico do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Tuparendi e Porto Mauá

Com o objetivo de identificar quais características fazem do programa radiofônico do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Tuparendi-RS e Porto Mauá-RS um veículo folkcomunicacional e compreender como Itálico Cielo exerce o papel de líder de opinião folk nas comunidades rurais de Tuparendi e Porto Mauá, analisamos, neste trabalho, quatro edições do programa do STRTP veiculado pela Rádio Noroeste, de Santa Rosa. Foram selecionadas, para análise, edições do programa do STRTP de um mesmo mês: dias 7, 14, 21 e 28 de outubro de 2017.

Em todas as edições do programa, o sindicalista criticou o Governo Federal e os políticos brasileiros, principalmente em relação às reformas da previdência e trabalhistas: “O Temer está fazendo uma reforma para desgraçar a vida do trabalhador”.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Em seu papel de líder, aconselha: “nós precisamos ter consciência na hora do voto. Não é a previdência que tá quebrando o país, mas sim, os políticos corruptos”.

Cielo evidenciou seu papel de líder ao relatar uma conversa com o secretário de agricultura do Rio Grande do Sul, fazendo com que o representante do governo visitasse algumas lavouras nos municípios de Tuparendi e Porto Mauá para verificar os prejuízos causados pelo temporal. Ao destacar a conversa que teve com o secretário de agricultura, reforça uma das características dos líderes de opinião, que é a facilidade de transitar pelos diferentes estratos da sociedade. Em vários momentos, cita, como exemplo, alguns agricultores, reforçando sua proximidade com os associados, gerando identificação e simpatia por parte dos ouvintes.

É perceptível, em sua postura, a figura de um líder de opinião folk, especialmente quando se manifesta em favor dos agricultores e critica fervorosamente políticos e outras figuras notórias da sociedade brasileira, como é o caso da crítica que faz em relação a uma fala do Ministro Gilmar Mendes: “Outra questão que nos enche de nojo é quando o Ministro Gilmar Mendes diz que trabalha muito e não acha que é trabalho escravo”. Exaltado, falou dos pobres e agricultores que trabalham tirando leite no sábado e domingo, com sol, frio, chuva, neve e seca. Ao referir à fala de Gilmar Mendes, destaca: “se nós tivemos três meses de férias e o salário que ele ganha, com certeza o Brasil não estaria onde está”. Cielo, em seu papel de líder, interpreta e decodifica o discurso de Gilmar Mendes a seu modo, retransmitindo a mensagem a partir de uma linguagem alinhada ao seu público- 16 alvo (os agricultores associados) e apresentando exemplos que tenham significado aos seus liderados.

Ao trazer, no dia 24 de outubro, um exemplo relacionado à produção agrícola em países europeus –“tem países europeus que se sabe quando se produz e quanto se colhe” –, mostra-se detentor do saber, sendo capaz de situar seus liderados que, muitas vezes, não têm acesso a essas informações, de uma outra realidade de mundo.

A partir da análise das quatro edições, identificamos que o programa do STRTP, no rádio, configura-se como um canal folkcomunicacional, visto que tem papel



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

fundamental para informar os agricultores em relação a questões diretamente ligadas a eles. O programa pode ser percebido como um meio de informação global, pois os agricultores são informados a respeito de assuntos com relevância nacional e, até mesmo, internacional, a partir de uma linguagem condizente com o seu entendimento. Além disso, o próprio rádio, em sua essência, é um veículo popular, com grande penetração em zonas rurais.

Como destacado acima nas descrições de cada edição, podemos entender Itálico Cielo como um líder folk, tendo em vista que, a partir do programa do Sindicato, ele se comunica com os associados da entidade, mostrando proximidade com os liderados, sendo capaz, ainda, de transmitir informações de interesse do seu público de forma adequada, trazendo fatos locais e nacionais diretamente ligados à realidade dos agricultores.

3. Conclusão

A partir da análise desenvolvida no artigo, identificamos que Itálico Cielo apresenta-se como um líder de opinião folk e o programa do STRTP pode ser considerado um veículo folkcomunicacional, em função de suas características. Os elementos que alinham o programa radiofônico à teoria da folkcomunicação são, por exemplo, a veiculação de informações diretamente ligadas aos agricultores. Esses assuntos, muitas vezes, não são abordados em outros canais de comunicação – especialmente aqueles que se dedicam à transmissão de conteúdos estaduais e nacionais – ou são veiculados com uma linguagem e enquadramento inadequados a esse público. Ademais, Itálico Cielo, inserido no meio radiofônico, consegue traduzir as reivindicações e anseios dos ouvintes.

O programa do STRTP, utilizado como canal de comunicação de uma entidade sindical, há 35 anos, consolida-se como instrumento essencial aos agricultores dos municípios de Tuparendi e Porto Mauá, atuando como um meio de informação, atualização e prestador de serviços.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

É preciso destacar que, dentre as características que fazem de Cielo um líder de opinião nessas comunidades, diz respeito a sua posição social, visto que também é um agricultor, nascido no meio rural, com baixo nível de instrução escolar. É carismático e reconhecido por estar à frente das lutas pelos direitos dos agricultores, firmando-se como um líder de opinião.

É notório seu papel de decodificador e transmissor de mensagens aos seus liderados, especialmente a partir do programa radiofônico, em que expressa-se com uma linguagem adequada ao seu público-alvo, interpretando e abordando assuntos que são de interesse dos ouvintes. Na maioria das vezes, manifesta-se em tom de indignação, procurando mobilizar os liderados a reivindicarem seus direitos perante o Governo, por exemplo.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes de dos meios populares de informação de fatos e expressão de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BOTELHO, Daira Martins. Cultura Popular na Sociedade Midiática segundo José Marques de Melo. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 526-530.

HOHLFELDT, Antônio. Novas Tendências nas Pesquisas da Folkcomunicação: Pesquisas Acadêmicas se Aproximam dos Estudos Culturais. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 876-883.

MARTINS, Júnia. Comunicação Popular e Região no Brasil segundo Luiz Beltrão. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 405-408.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

TRIGUEIRO, Osvaldo. Precusores e Pioneiros. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (Orgs.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 237-245.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.