

DO PEDAL AO VIOLÃO: UMA ANÁLISE FOLKCOMUNICACIONAL DAS MÚSICAS DO ARTISTA PLÁ NAS BICICLETADAS EM CURITIBA

Maiara Garcia Orlandini¹

Luciane Leopoldo Belin²

Resumo:

Nos últimos anos, o aumento da frota de automóveis como meio de transporte prioritário nas grandes cidades têm incentivado o surgimento de grupos populares que se manifestam pelo uso da bicicleta para locomoção no dia a dia. Inspirada por movimentos internacionais, a Bicletada é um destes grupos marginalizados que, através de eventos e ações de manifestação cultural, comunica sua demanda social. Entre estas expressões culturais estão as músicas compostas pelo artista popular Plá, membro ativo das Bicletadas e considerado um líder de opinião folk, já que atua de maneira a comunicar para a sociedade de maneira geral a demanda de um pequeno grupo. Neste artigo, analisam-se canções compostas por este artista sob a perspectiva da folkcomunicação para observar seu papel dentro das atividades do grupo.

Palavras-chave: Bicletada. Líder de Opinião. Folkcomunicação. Música popular.

Introdução

Embora seja frequentemente reconhecida nacional e internacionalmente como uma cidade “ecológica” e modelo de transporte coletivo, a capital do Estado do Paraná, Curitiba, vem a cada ano recebendo um aumento considerável na sua frota de automóveis. De acordo com levantamento oficial divulgado em 2008 pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento

¹ Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná.
maiaraorlandini@hotmail.com

² Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná.
lucianebelin@gmail.com

Urbano de Curitiba (IPPUC), a cidade contava então com 1.090.966 veículos automotores³, o que corresponde a um índice de 1,74 habitantes por carro. Em junho de 2014, o relatório do Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN)⁴ apontava um total de 1.458.254 veículos no município. Este crescimento tem gerado problemas urbanas como os congestionamentos e o aumento da poluição sonora e do ar, e conseqüentemente despertado o descontentamento de nichos da população local que, motivados por uma agenda de reverter estas questões.

Assim, seguindo uma mobilização internacional de incentivo à redução do uso dos automóveis e à escolha da bicicleta para locomoção no dia a dia, a *Critical Mass*, que se originou na década de 90 nos Estados Unidos, se desenvolveu em Curitiba um coletivo chamado Bicicletada. No ano de 2014, este grupo conta com núcleos organizados em mais de dez capitais estaduais no Brasil e realiza passeios ciclísticos periódicos, sempre no último sábado de cada mês, como uma forma de atrair atenção do público para este meio de transporte e incentivo ao uso consciente dos automóveis.

Por se tratar de um grupo que se organizou localmente a partir de uma demanda que, embora esteja em sintonia com questões de abrangência internacional, é muito forte na cidade, este artigo propõe analisar um aspecto relacionado à Bicicletada em Curitiba como uma manifestação cultural, sob a perspectiva da Folkcomunicação. O recorte utilizado são as canções que utilizam a bicicleta como temática, compostas por um dos integrantes do movimento, que será tratado neste artigo como líder de opinião, o músico Plá. Parte-se da hipótese de que estas músicas que tratam de mobilidade urbana e incentivam o uso da bicicleta se caracterizam como produtos culturais de folkcomunicação.

³ Dados referente apenas ao município de Curitiba, não abrangem a frota da Região Metropolitana de Curitiba (RMC). Fonte: http://curitibaemdados.ippuc.org.br/anexos/2008_Indicadores%20-%20Tr%C3%A2nsito.pdf Acesso em 04 de setembro de 2014.

⁴ Fonte: <http://www.denatran.gov.br/frota2014.htm>. Acesso em 04 de setembro de 2014.

Uma demanda geral sob uma perspectiva local

A cultura popular se apresenta como um contraponto da cultura erudita. Vinda do povo, essa cultura se constitui como um sistema simbólico que funciona segundo uma lógica não hegemônica. Ligadas a esse conceito, estão as manifestações culturais, que segundo Carvalho, são uma forma de expressar o que determinado grupo pensa, realiza ou modifica. “Nesse sentido, as manifestações culturais constituem um canal autêntico de difusão de história de vida, valores, crenças, costumes, anseios e ideias de um povo ou de uma comunidade” (CARVALHO, 2007, p.64-65)

Essas manifestações podem ter a forma de dança, festas religiosas, música, literatura e outros rituais, dependendo da realidade cultural e histórica, compondo um cenário rico de expressões. As relações que consolidam essas manifestações são diversas e emergem com diferentes intenções. Algumas podem ter um caráter mais político de reivindicação, já outras apenas expressam o cotidiano, festejando e celebrando alguma situação ou na tentativa de preservação de costumes passados.

Os meios por cujo intermédio estas formas de manifestação cultural acontecem podem ser compreendidos como espaços de manifestações culturais que permitem a troca de informações. “Os meios de expressão popular são, portanto, [...] cantorias; rodas de viola; as conversas em botequins; festas profanas como carnaval, maracatu, frevo, escolas de samba, festas juninas; danças como xaxado, catira, etc.; celebrações cívicas; etc.” (CARVALHO, 2007, p.67).

Essas manifestações vêm recebendo reconhecimento como temáticas de estudo de diversas áreas do conhecimento por conta de seu potencial, que extrapola o aspecto unicamente artístico e as coloca como a linguagem de um povo. É neste contexto que se insere o objeto de análise deste artigo. Autodeclarada como um grupo “sem líderes”, a Bicicletada se caracteriza como um coletivo heterogêneo que quer apresentar sua cultura de utilizar bicicleta como um meio de transporte no dia a dia e, para tanto, se apropria de

ferramentas como os passeios ciclísticos que promove e também de elementos culturais como as músicas do artista popular Plá, que será melhor apresentado em seguida. Em seu site, o grupo se define como um espaço que “serve para divulgar a bicicleta como um meio de transporte, criar condições favoráveis para o uso deste veículo e tornar mais ecológicos e sustentáveis os sistemas de transporte de pessoas, principalmente no meio urbano”⁵.

Trata-se de uma ação coletiva motivada por um grupo de pessoas à margem de uma sociedade predominantemente automotiva, que visa conscientização – embora com objetivos nacionais e internacionais – sobre um problema ou situação daquela comunidade. Por conta desta caracterização, opta-se neste artigo por analisar o objeto sob uma perspectiva da Folkcomunicação, um modelo teórico desenvolvido pelo professor e pesquisador Luiz Beltrão que surge refletindo a condição de desigualdade econômica e diferenciação cultural existente no Brasil. Essa teoria dedica-se ao estudo dos agentes e dos meios populares de informação e encontra-se na fronteira entre o Folclore e a Comunicação. O folclore pode ser entendido aqui entre o resgate e interpretação da cultura popular, que compreende diferentes formas de manifestações culturais protagonizadas pelas classes marginalizadas. Assim, a “folkcomunicação é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados, direta ou indiretamente, ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p.79), e por isso se caracteriza pela apropriação de mecanismos artesanais e folclóricos de difusão de mensagens.

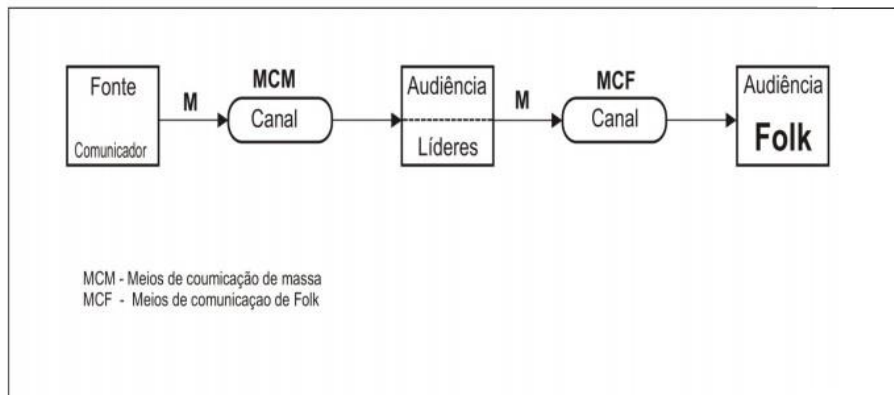
Nesse sistema de comunicação, os grupos populares reinventam processos comunicacionais massivos criando seu próprio canal de comunicação e também produzindo seus bens culturais. Esses bens culturais, oriundos dos grupos marginalizados e conhecidos como cultura popular, são o grande objeto de estudo da folkcomunicação. Portanto, o

⁵ Descrição disponível no website <http://bicicletada.org> Acesso em 19 de agosto de 2014

conceito é construído buscando evidenciar as demandas e as potencialidades comunicacionais no ambiente da cultura popular.

Em um primeiro momento, esta é produzida na medida em que é mediada, ou seja, consumida e reinterpretada por determinado grupo marginalizado. Assim, o processo folkcomunicacional se origina na mediação e na recepção – da comunicação de massa – para determinado grupo. Num segundo momento, incita-se a manifestação artesanal, considerando que as mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas pelo mesmo grupo marginalizado. Sendo assim, a folkcomunicação é um processo artesanal e horizontal, onde suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares (ver Gráfico 1).

Gráfico 1 - Fonte: (BELTRÃO, 1980, p. 34)



Uma fonte transmite uma mensagem através de um canal – representado pelos meios de comunicação de massa – chegando a uma audiência, onde estão contidos os comunicadores de folk. Em um processo comunicacional padrão, o fluxo pararia por aqui, mas no processo folkcomunicacional inicia-se um novo ciclo no fluxo da mensagem. Os comunicadores de folk repassam a mensagem por meio de um canal folk, chegando então ao que Beltrão (1980) intitulou de audiência folk, formada pelos grupos marginalizados.

Exemplo desse processo pode ser detectado com facilidade na produção de mensagens através da literatura de cordel. O comunicador de folk é um dos incontáveis assistentes da película cinematográfica *Farrapo Humano*, produzido em Hollywood, que focalizou o tema alcoolismo. Como sua audiência não frequenta cinema, cuja linguagem pelo menos não lhe é familiar, ele – poeta do povo – transforma a história na trama de um folheto em verso, editando-os em tipografias e prelo manuais e, não raro, com a colaboração de xilogravadores populares felizmente ainda existentes no mundo do cordel brasileiro (BELTRÃO, 1980, p.33).

Segundo Beltrão, o comunicador de folk assume características de líder de opinião horizontal⁶ e tem a função de mediar os meios de comunicação de massa e os demais integrantes do grupo, servindo como condutor das novidades urbanas. Assim, pode-se afirmar que o folk comunicador é o responsável por fazer a ligação entre conteúdos difundidos pelos meios de comunicação e as camadas populares, respeitando as especificidades de codificação dos receptores para melhor compreensão das mensagens.

Beltrão (1980) pontua características presentes no líder de opinião, sintetizados aqui como: a) prestígio na comunidade; b) exposição às mensagens dos meios de comunicação de massa; c) contato com fontes externas de informação, a fim de complementar os dados recolhidos; d) mobilidade em participar de diferentes grupos; e) enraizar-se às convicções filosóficas, crenças e costumes do grupo ao qual pertence.

Assim como definido por Luiz Beltrão (2001), esse líder de opinião é um comunicador social dentro do sistema de comunicação e formação de opiniões populares. Ele interage no local a partir do que recebe e processa de informações geradas em outros espaços sociais [...] Cabe ao líder de opinião horizontal a transformação das mensagens transmitidas pela mídia para as condições de recepção local. Por isso ganham importância como agentes formadores de percepções, apropriações e aceitações dos conteúdos. (CERVI, 2007, p.40)

⁶ Segundo Cervi, esse líder não apresenta diferenciação social de seus liderados e também não tem sua autoridade reconhecida socialmente, ainda assim desenvolve seu papel por sua credibilidade, carisma e respeito pessoal. (CERVI, 2007, p.39)

Dotados dessas características, os folkcomunicadores atuam como tradutores de conteúdos sociais, influenciando mudanças de comportamento ou o padrão cultural dos liderados. Além de ligar o mundo da comunicação de massa ao mundo da comunicação popular.

Os liderados são identificados dentro do sistema folkcomunicacional como marginalizados. O termo “marginalizado”, contudo, assume no universo acadêmico o significado de que “é um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p.39). Trata-se então da diversidade, onde as características culturais das minorias* se contrastam com os padrões hegemônicos, e que em alguns casos, buscam romper com sistemas de exclusão e discriminação social.

É relevante para essa pesquisa pontuar que as condições dos grupos marginalizados foram culturalmente e politicamente construídas e que de alguma forma resultaram em algum tipo de exclusão social. Nesse sentido, a ideia de minoria está também ligada à representatividade. Nas teorias de Beltrão (1980) as audiências de folk – ou seja, as minorias – estão divididas em três grandes grupos:

1. Os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
2. Os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
3. Os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente. (BELTRÃO, 1980, p.40)

É nesta terceira categoria que se inclui o público desta pesquisa, os participantes da Bicletada. Beltrão reconhece a existência de modos alternativos de produção da cultura, uma vez que cada grupo tem uma abordagem distinta sobre cultura e seus próprios meios de expressão. Assim, as minorias sempre terão traços de expressão populares, ao mesmo tempo em que permitem influências dos meios hegemônicos. Nessa perspectiva, pode-se

dizer que a folkcomunicação projeta reivindicações através das expressões populares, se formando como um mecanismo de constituição da cultura e da identidade dos grupos marginalizados. Caracterizado como um folcomunicação, o músico Plá compõe canções que são tratadas como manifestações culturais deste coletivo da Bicicletada, conforme será tratado no próximo tópico.

A atuação de Plá como expressão Folk

Artista atuante no Centro de Curitiba, o músico Plá desenvolve desde 1984 um trabalho de produção musical na Rua XV de Novembro, tradicional avenida da cidade, e nas feiras populares como a Feira do Largo da Ordem, que acontece sempre aos domingos no Centro Histórico da capital paranaense. Em seu website, Plá se coloca como “o cantor e compositor mais popular de Curitiba”⁷ e descreve sua conexão com o movimento da Bicicletada, da qual é membro desde o ano de 2005, mas, nos últimos cinco anos – de 2009 a 2014 –, além de participar dos passeios ciclísticos, passou a desempenhar um papel mais ativo. A maneira pela qual ele realiza uma função de liderança de opinião dentro do grupo é não apenas nos moldes já apresentados neste início deste artigo, mas também levando as filosofias da Bicicletada para a população externa ao grupo, por meio da sua produção musical. Essa é, para Beltrão, uma das características da figura do líder de opinião. “O líder-comunicador de folkcomunicação é um tradutor que não somente sabe encontrar palavras como argumentos que sensibilizam as formas pré-lógicas que (...) caracterizam o pensamento e ditam a conduta desses grupos” (BELTRÃO, 1980, p. 37).

Para responder à pergunta desta pesquisa, foi empregada a técnica de Análise de Conteúdo, metodologia “usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise [...] ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum”

⁷ Disponível em <http://pla.mus.br/>. Acesso em 19 de agosto de 2014

(MORAES, 1999, p. 08). Aplicada à metodologia folk, essa análise permitiu analisar os aspectos de manifestação popular e de apresentação das demandas da Bicicletada presentes nas músicas de Plá.

Utilizou-se como universo de pesquisa a discografia presente em seu *website* – do 26° até o 48° disco. Ao todo, o website lista 326 músicas dentro deste conteúdo inicial, distribuídos em 23 álbuns, dentre as quais algumas se repetem em mais do que um disco. Neste universo, 31 canções trazem os termos “bicicleta”, “bike” ou fazem alguma referência a esse meio de transporte ou à mobilidade já no título – ou seja, 9,5% das músicas. Este número de menções, entretanto, é um pouco maior do que o de músicas, já que algumas se repetem, especialmente nos três álbuns dedicados exclusivamente a esta temática, intitulados “Biciclopédia 1”, “Biciclopédia 2” e “Biciclopédia 3”. Desta forma, são ao todo 17 músicas com a temática de bicicleta e/ou mobilidade no título (ver tabela 1).

Tabela 1: Músicas que trazem a temática da bicicleta e/ou trânsito já no título. Fonte: Tabela elaborada a partir de dados do website do músico Plá.

Título da música	Quantas aparições
24 Mil Bikes	3
A Bicicleta é Segura	2
Alma de Bicicleta	1
Bicicleta Custo Zero	2
Bicicletas	1
Bike e o Nosso Tempo	1
Bike Voadora	1
Carona Solidária	3
Invasão das Bicicletas	3
Invasão das Bicicletas II	1
Me Transporte Sem Pagá	4
Moral – Firme no Pedal	1
Multicletas	2
Paz na Estrada	2
Saia de Bike	1

10^o interprogramas de mestrado

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Um Metro e Meio do Nosso Pedal	1
Vou de Bike	2

Entretanto, como nem todas estas músicas estão disponíveis ao público e como avaliou-se a possibilidade de que algumas das demais pudessem tratar dessa temática mesmo que não a mencionassem em seu título, optou-se por um recorte diferenciado – foi selecionada uma música por CD, sempre a que estava disponível para execução online, por meio de um player na própria página do músico na internet⁸. É na relevância destas canções para o próprio artista que se justifica este recorte de pesquisa, bem como na facilidade de acesso a elas para o próprio grupo da Bicletada e para o público em geral. Ao final da pesquisa, esse recorte se mostrou interessante, pois permitiu a aparição de características relevantes sobre a trajetória do artista e sobre o próprio conteúdo das letras de música. A partir do recorte, 23 músicas selecionadas foram classificadas em quatro categorias:

1) Movimento e mobilidade urbana. Esta primeira categoria é a mais relevante para a pesquisa. Foram incorporadas aqui as letras em que se utilizou as palavras “bicicleta”, “bike”, “ciclista”, “transporte” e “carro”, bem como aquelas que, embora não escolham estas palavras tratem da temática da mobilidade urbana. Foram incluídas nesta categorias as músicas que serão analisadas mais aprofundadamente no próximo tópico, intituladas “Outra Estação”, “Invasão das Bicletas”, “Me Transporte Sem Pagá”, “Moral”, “Bestafera” e, novamente, “Me Transporte Sem Pagá”, canção que se repete no último álbum.

2) Temáticas coletivas e urbanas. Abrange letras que não falam de mobilidade ou de bicicleta de maneira direta, mas que demonstrem alguma preocupação com o espaço urbano. São elas: “O Filósofo”, “Feira do Largo”, “Se Liga Bicho!” e “Metanóico”.

3) Questionamentos existenciais. Inclui músicas dedicadas a assuntos como dúvidas existenciais e questionamentos sociais – privados e coletivos – demonstrados pelo

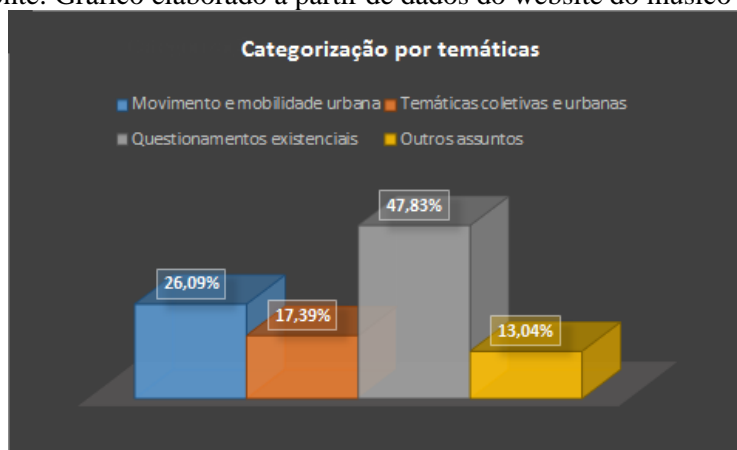
⁸ Para divulgar seu trabalho, o artista disponibiliza no website uma música completa de cada um dos álbuns, sem custos para o público.

compositor. Esta categoria é que leva mais músicas, sendo que a maior parte delas se concentra nos primeiros álbuns, produzidos em um contexto anterior ao início da participação do músico no movimento da Bicicletada. Estão nesta categoria as músicas “Ímpeto”, “Maluco de Cara”, “Iluminar o Caminho”, “Sinal”, “Maomé”, “Amor e Espiritualidade”, “Sonho Louco II”, “A Loucura Cura”, “Outra Estação”, “Você Não é o Seu Corpo” e “Casa das 4 Luas”.

4) Outros assuntos. Recebeu as músicas que não se enquadravam em nenhuma das outras categorias, que eram mais relevantes a esta pesquisa: “Não Falo Inglês”, que trata de preferências musicais, “Abrangência”, que fala de amizade, e “O Foco é Outro”, que também usa o tema das preferências musicais e pertencimento a um grupo cultural.

Por meio dessa divisão em categorias, foi possível de certa maneira “mapear” a produção cultural do artista Plá. Conforme demonstra o Gráfico 2, a maior parte das composições – 11, ou 47,83% – traz preocupações com questões de ordem particular, existenciais ou de cunho social – categorizadas em “Questionamentos existenciais”. Foi possível perceber que estas se concentram principalmente nos primeiros discos.

Gráfico 2: Categorização das músicas – por temática
Fonte: Gráfico elaborado a partir de dados do website do músico Plá.



Nas quatro músicas inseridas na categoria de “Temáticas coletivas e urbanas”, as letras em geral trazem preocupações de convívio coletivo, com o meio ambiente – como é o caso de “Se liga, bicho”, que discute o lixo no espaço urbano –, e de espaços da cidade, como “Feira do Largo”, que critica a pressa dos passantes pela feira em que o cantor normalmente se apresenta.

Para a discussão da primeira categoria, dedicaremos o próximo tópico, já que as canções categorizadas em “Movimento e mobilidade urbana” são o objeto central deste artigo e apresentam aspectos importantes para a perspectiva da folkcomunicação.

Me transporte sem pagá

A categorização das músicas disponíveis para execução no site do músico Plá permitiu identificar que 26,09% das canções analisadas são dedicadas à temática “Movimento e mobilidade urbana”. A primeira citada, “Outra Estação”, utiliza a palavra “*bike*” e fala sobre a possibilidade de mobilidade utilizando este meio de transporte, mas é a menos representativa no contexto folkcomunicacional.

“Invasão das bicicletas”, por sua vez, é uma das que mais apresenta a temática da Bicicletada. Um trecho desta letra diz “*Bicicletas são pra gente um motor quente, não poluente/ Parem os carros, diminuam os carros, queremos pedalar em todo lugar/ Parem os carros, diminuam os cigarros, queremos respirar, queremos cantar*”⁹. Em um curto recorte, ela já apresenta todas as principais características folk do coletivo. Sugere a suficiência das bicicletas como meio de transporte que não polui tanto quanto os carros e faz um pedido ao público, que se reduza o uso dos carros, com a finalidade de reduzir a poluição e de abrir espaço no trânsito para as bicicletas.

A música “Moral” é um exemplo de canção que não estaria inclusa na análise, caso fosse feita apenas com base nos títulos. Entretanto, ela manifesta também questões

⁹ O trecho mencionado foi utilizado inclusive como “grito de guerra” em uma das edições da Bicicletada.

relacionadas ao uso da bicicleta. Especialmente no trecho que diz: *“Pra andar de bicicleta/ Tem que ter moral/ Você com seu portão eletrônico e vidro fumê/ Eu na minha bike não preciso me esconder”* e nos versos *“Faço o caminho mais curto/ Sem receio de dar a cara pra bater”*, de certa forma “desafia” o ouvinte a utilizar esse meio de transporte, apresentando as vantagens que ele possui, e faz críticas à utilização do carro. Em “Me transporte sem pagá”, Plá faz o que talvez seja a principal representação das propostas da Bicletada. A letra faz uma crítica social ao formato de mobilidade urbana existente em Curitiba e à falta de coletividade dos automóveis, e expressa as dificuldades que os ciclistas encontram para localizar vias dedicadas exclusivamente às bicicletas. Os versos mais significativos dizem *“Bicicleta não dá lucro pro sistema explorador/ Eles querem é fazer carro pra sugar o comprador/ Bicicleta não dá lucro pro sistema enganador/ Nela eu posso lucrar, me transporto sem pagá/ A dificuldade está em ciclovias encontrar/ Nessa cidade onde ando, só os carros têm lugar”*.

Por fim, “Bestafera” é outro exemplo de música estaria de fora da análise caso a pesquisa utilizasse outro formato de recorte, mas que também faz uma contribuição com um dos motivos de luta da Bicletada. A música foge ao contexto da cidade de Curitiba, pois se refere a um fato ocorrido em Porto Alegre, capital do Estado do Rio Grande do Sul, em que o advogado Ricardo Neis foi acusado de atropelar um grupo de ciclistas durante um passeio ciclístico na cidade, em 2011¹⁰. Na ocasião, Plá participou da Bicletada em Porto Alegre em protesto ao caso. A letra diz: *“Cuidado, minha gente/ Que pedala em POA/ Aqui tem um besta-fera/ Que pode nos atropelar/ Com uma cara insana/ E uma arma em suas mãos/ Atropela os ciclistas/ Com as pior das intenções/ E ele estudou leis/ E até tirou CNH/ O Ricardo Neis/ Tem licença pra matar/ Aqui em Porto Alegre/ Ou em qualquer lugar/ Quando a vida vale menos que a pressa de chegar/ As bicicleta e as pessoas/ Perdem vidas e a vez/ Diante de bestas-feras/ Tipo o Ricardo Neis”*. Esta é uma das letras

¹⁰ Conforme reportagem publicada no Portal G1, da Rede Globo, na ocasião:

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/02/grupo-de-ciclistas-e-atropelado-em-porto-alegre.html>

mais representativas, que representa outra grande demanda das Bicletadas, a segurança dos ciclistas – já que o atropelamento aconteceu durante um passeio do evento.

Em cada umas das canções analisadas, Plá trata de um ou mais destes aspectos da filosofia deste grupo de pessoas, fazendo alusões às dificuldades e desafios dos ciclistas, representando este grupo frente à imprensa e ao restante da população, e aproximando-o da comunidade. Dessa maneira, se caracteriza como um agente folkcomunicador, intermediando este contato.

Considerações finais

Este artigo partia da proposta de analisar se as músicas compostas pelo artista Plá poderiam ser consideradas uma manifestação cultural de folkcomunicação e de que maneira isso se apresentaria. Embora pareça pouco representativa dentro do longo repertório do cantor em questão, ou até mesmo dentro do universo desta pesquisa, a gama de músicas dedicadas a trabalhar com a temática da mobilidade urbana no sentido de promover os ideais da Bicletada é bastante significativa.

São três discos inteiros dedicados a promover a causa do uso das Bicletadas e, por meio de músicas como “Me Transporte sem Pagá”, “Invasão das Bicletas” e até mesmo “Bestafera”, as canções de Plá contribuem para a apresentação e disseminação da agenda dos ciclistas deste grupo, apresentando e incentivando a proposta do uso da bicicleta como meio prioritário de transporte e redução do uso do carro no dia a dia.

Dessa maneira, o artista atua como um líder de opinião folkcomunicacional conforme a proposta de Luis Beltrão, pois transforma sua luta em objeto musical e comunicacional, expandindo o universo da discussão e apresentando-a à população da cidade por meio de suas músicas.

Referências

BAUER, Martin W. GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

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

_____. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EDIPUCCRS, 2001

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação: Da proposta de Luiz Beltrão à Contemporaneidade**. Revista da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Ano V, n. 08-09, 2008.

CARVALHO, S. V. C. B. R.. Manifestações Culturais. In: Sérgio Luiz Gadini; Karina Janz Woitowicz. (Org.). **Noções Básicas de Folkcomunicação: Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa - PR: UEPG, 2007, v. 1, p. 64-66

CERVI, Emerson Urizzi. Líder de Opinião. In: Sérgio Luiz Gadini; Karina Janz Woitowicz. (Org.). **Noções Básicas de Folkcomunicação: um introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa - PR: UEPG, 2007, v. 1, p. 39-43.

GADINI, Sérgio Luiz. WOITOWICZ, Karina Janz. (Org). **Noções Básicas de FolkComunicação: Uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: UEPG, 2007.

MORAES, Roque. **Análise de conteúdo**. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.