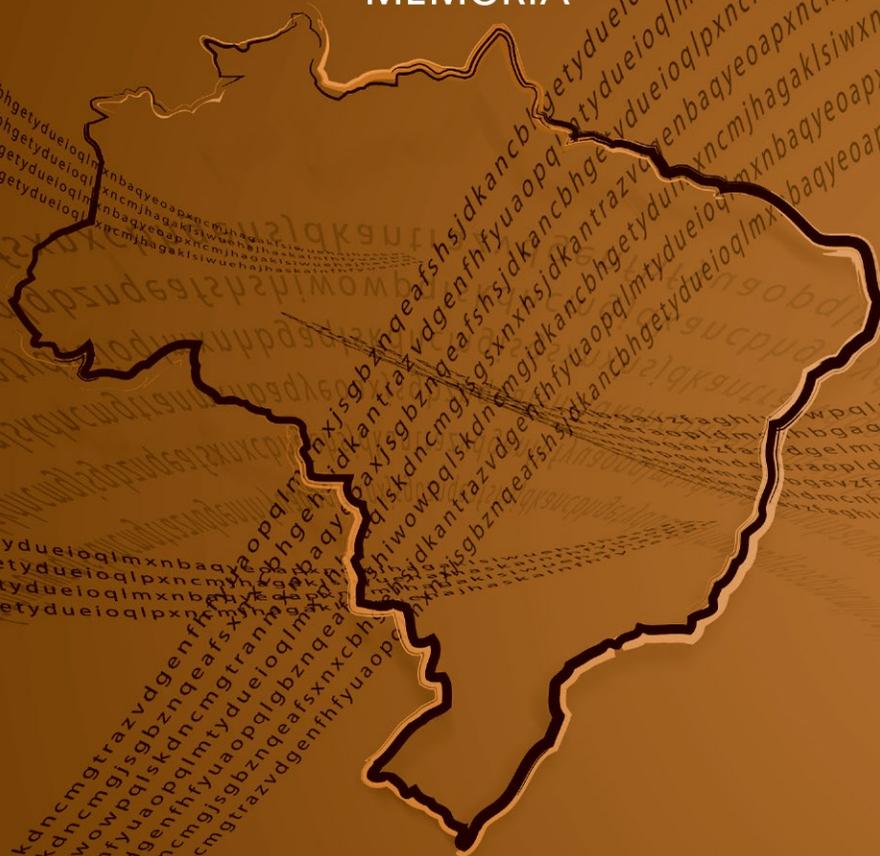


PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

2012/2013

MEMÓRIA



VOLUME 4



Brasília-DF
2013



Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil :
2012/2013 / organizadores: João Cláudio Garcia R. Lima,
José Marques de Melo.- Brasília : Ipea, 2013.
4 v. : gráfs., mapas, tabs.

Inclui bibliografia.]

Conteúdo: v.1. Indicadores e tendências I / editor: João
Cláudio Garcia R. Lima – v.2. Indicadores e tendências II /
editor: João Cláudio Garcia R. Lima – v.3. Flagrantes / editores:
José Marques de Melo, Iury Parente Aragão – v.4. Memória /
editores: Marialva Carlos Barbosa, Maria Berenice da Costa
Machado, Igor Sacramento.
ISBN 978-85-7811-175-5

1. Comunicação. 2. Telecomunicações. 3. Brasil. I. Lima, João
Cláudio Garcia Rodrigues. II. Melo, José Marques de. III.
Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 384.0981

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

OS ESTUDOS DE FOLKCOMUNICAÇÃO NO CAMPO COMUNICACIONAL BRASILEIRO

Betania Maciel*

1 INTRODUÇÃO

Pode-se afirmar que a teoria da folkcomunicação é a primeira teoria brasileira das ciências da comunicação e da informação. Pois, ela nasceu sob a égide de outras duas iniciativas pioneiras: a fundação do primeiro Instituto de Ciências da Informação (ICINFORM) e a publicação oficial de seu primeiro periódico de estudos e pesquisas científicos em comunicação do país, intitulado *Comunicações & problemas*. Desse modo, a cultura popular, como objeto de estudos científicos, ganhou dimensões multidisciplinares.

De 1961 até sua morte, em 1986, o jornalista e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão, nascido em 1918, preocupou-se em instalar e solidificar as bases da educação superior e da formação de jornalistas. Por influência do Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), este pesquisador agregou às suas metas o incentivo à pesquisa sobre cultura e comunicação.

No primeiro periódico científico de estudos e pesquisas em comunicação do país, *Comunicações & Problemas*, inspirado na publicação de excelência da época, *Journalism Quarterly*, as bases para a pesquisa de uma nova disciplina, a folkcomunicação, foram lançadas. No primeiro número deste periódico, foi publicado o artigo *O ex-voto como veículo jornalístico*, a semente germinadora das pesquisas em folkcomunicação. Conforme definição de Beltrão, esta nova área de pesquisa pode ser definida como o estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias.

O universo de pesquisa proposto estende-se para o estudo dos processos comunicacionais de significação, mediante o entendimento do funcionamento das estratégias e enunciações, dos discursos, da produção e recepção de manifestações culturais populares.

* Professora do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE); e presidente da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom) da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Endereço eletrônico: <betania_maciel@terra.com.br>.

Folkcomunicação é, assim, 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, 2007).

A folkcomunicação não é o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque. Ela representa o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

2 A REDE FOLKCOM

A ideia de se criar uma rede de pesquisadores da folkcomunicação nasceu durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), em 1995. Este seminário foi um evento preparatório para a instalação da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional nesta instituição.

Sob a coordenação do professor José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na UMESp, em agosto de 1998, onde foi criada a Rede Folkcom. Desde então, seus pesquisadores vêm assumindo um papel decisivo no resgate do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão. Entre outras contribuições, as do mestre José Marques de Melo se destacam: “as ideias sobre interação entre cultura popular, cultura midiática e cultura eruditas, decisivas para neutralizar o preconceito que certos segmentos da nossa intelectualidade esboçam em relação ao saber popular” (Melo, 2007).

A Cátedra Unesco possui um papel fundamental nesse processo, como incentivadora e catalisadora de ações. Além de promover as conferências anuais, a cátedra decidiu realizar uma série de pesquisas comparativas, com a finalidade de dar sentido acadêmico à rede que começava a se constituir. A primeira conferência foi realizada em 1996, focalizando as imagens midiáticas do natal brasileiro. Porém, há um longo caminho a ser percorrido para que a folkcomunicação seja aceita plenamente pela academia. Segundo ainda Marques de Melo (Melo, 2007),

a resistência acadêmica a novos campos da pesquisa faz parte da trajetória conservadora das nossas universidades. As culturas popular e massiva, mesmo depois de meio século da presença dos estudos de comunicação no Brasil, ainda continuam a ser vistas com menosprezo por setores universitários geralmente ancorados em postulados dogmáticos. Isso, contudo, não nos deve atemorizar. Cabe aos pesquisadores de folkcomunicação, como de outras disciplinas conexas, enfrentar as resistências no plano teórico, argumentando, além de avançar na produção de conhecimentos capazes de demonstrar a pertinência dos referenciais escolhidos. A legitimação dos novos campos do saber

demanda tempo, competência e perseverança. Quanto mais se avoluma e adquire densidade um novo segmento investigativo, é natural que suscite reações, especialmente daqueles que se sentem ameaçados ao constatar que perderam a hegemonia intelectual. Estamos vivendo uma conjuntura marcada pelo pluralismo teórico e metodológico, onde há espaço para todas as correntes de ideias.

Em 2004, constituiu-se a organização não governamental (ONG) Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom), institucionalizada como associação civil sem fins lucrativos. Seu objetivo é ser um núcleo gerador de reflexões, com uma visão totalizadora do contexto da cultura popular, do folclore e da mídia nos processos de comunicação social midiaticizada.

Entre os pontos que norteiam as ações da Rede Folkcom, podem-se destacar:

- delinear o campo da folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;
- compreender a folkcomunicação a partir da localização do homem nos seus diversos contextos sociais, por exemplo, em festa, culinária, artesanato, música, religião, arquitetura, trabalho etc.;
- realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, e o público a que se destina;
- intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados à Rede Folkcom e com os novos pesquisadores de outras organizações de pesquisa, inclusive internacionais;
- promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da folkcomunicação; e
- divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

3 AS CONFERÊNCIAS BRASILEIRAS DE FOLKCOMUNICAÇÃO

Os eventos realizados pela Rede Folkcom contemplam temáticas diretamente relacionadas aos meios de comunicação e aos meios interativos para a realização do processo folkcomunicacional. É importante observar que os encontros da Rede Folkcom têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo no âmbito da folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e a produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais (Schmidt, 2007).

A seguir, são apresentados os encontros realizados pela Rede Folkcom com os seus respectivos temas, possibilitando, assim, visualizar as temáticas discutidas nestes eventos.

1) I Folkcom (1998): realizado pela UMESP em São Bernardo do Campo-SP.

Tema: I Conferência brasileira de folkcomunicação.

2) II Folkcom (1999): realizado pela Fundação de Ensino Superior de São João del Rei (Funrei) em São João del Rei-MG. Tema: Homenagem especial ao centenário de nascimento do folclorista Luís da Câmara Cascudo.

3) III Folkcom (2000): realizado pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) em João Pessoa-PB. Tema: Folclore, mídia e turismo.

4) IV Folkcom (2001): realizado pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) em Campo Grande-MS. Tema: As festas populares como processos comunicacionais.

5) V Folkcom (2002): realizado pelo Centro Universitário Monte Serrat (Unimonte) em Santos-SP. Tema: A imprensa do povo.

6) VI Folkcom (2003): realizado pelo curso de comunicação social da Faculdade de Filosofia de Campos em Campos de Goytacazes-RJ. Tema: Folkmídia: difusão do folclore pelas indústrias midiáticas.

7) VII Folkcom (2004): realizado pelo Centro Universitário Univates em Lajeado-RS. Tema: Folkcomunicação política.

8) VIII Folkcom (2005): realizado pelo Centro de Ensino Unificado de Teresina (CEUT) em Teresina-PI. Tema: A comunicação dos pagadores de promessas: do ex-voto à indústria dos milagres.

9) IX Folkcom (2006): realizado pela UMESP em São Bernardo do Campo-SP. Tema: Folkcomunicação e cibercultura: a voz e a vez dos excluídos na arena digital.

10) X Folkcom (2007): realizado pelo Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) em Ponta Grossa-PR. Tema: A comunicação dos migrantes: fluxos massivos, contrafluxos populares.

11) XI Folkcom (2008): nesse ano, a cidade de Natal comemorou o 110º aniversário de nascimento do etnógrafo Luís da Câmara Cascudo, precursor dos estudos folkcomunicaçãois. Neste evento, ele foi homenageado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Rede Folkcom com a realização de um concurso nacional. Tema: Incursões de Câmara Cascudo pelo território folkcomunicaçãois. A entrega do prêmio foi feita na abertura da XI Conferência Brasileira de Folkcomunicação, evento programado para o pré-congresso da Intercom, que teve como tema: Os impasses teóricos e os desafios metodológicos da folkcomunicação.

12) XII Folkcom (2009): evento científico realizado em parceria com a Universidade de Taubaté (Unitau), o Serviço Social do Comércio (SESC), a Cátedra Unesco/ Metodista de Comunicação e a Rede Folkcom. Esta conferência foi realizada em Taubaté, no interior do estado de São Paulo, de 11 a 13 de novembro de 2009. Tema: Caipiras folkmidiáticos: as múltiplas faces do Jeca.

Em 2012, comemoram-se os dez anos do evento, tendo como abordagem as perspectivas de pesquisa em folkcomunicação que reconhecem como uma de suas bases elementares a cultura dos “marginalizados”, entendida como o espaço de comunicação e expressão dos modos de agir, das crenças e das referências identitárias.

Nessa abordagem, Beltrão (1980; 2001) menciona a existência de três tipos de exclusão: *i)* grupos rurais marginalizados; *ii)* grupos urbanos marginalizados; e *iii)* grupos culturalmente marginalizados. Embora esta perspectiva tenha sido pensada em um contexto que remete aos anos de 1950 e 1970 no Brasil, ela ainda mantém sua atualidade e pertinência, permitindo determinadas contextualizações em torno desta temática.

A temática proposta, baseada nas contribuições dos processos imigratórios e migratórios da construção da cultura, permite alguns percursos teóricos pertinentes na atualidade, oferecendo elementos para pensar as expressões da folkcomunicação diante do multiculturalismo que marca a sociedade brasileira contemporânea. Em meio aos conflitos pela afirmação das identidades, percebe-se, nas mais diversas cidades e regiões do Brasil, a preservação de expressões artísticas – como danças, músicas, artesanato, traços linguísticos etc. –, valores culturais, lendas e demais marcas identitárias originárias dos imigrantes.

Do mesmo modo, os fluxos internos no Brasil permitem um intercâmbio de características e elementos dos grupos sociais que incorporam constantemente referências regionais, (re)significando sua cultura a partir de influências dos meios de comunicação de massa e da comunicação popular. Este processo de mediações remete à apropriação simbólica das matrizes culturais, em que as manifestações dos grupos sociais misturam-se com o popular, o massivo, o local e o global, estabelecendo mecanismos de identificação com outras culturas.

4 CONTRIBUIÇÕES METODOLÓGICAS E PERSPECTIVAS DE FORTALECIMENTO DA REDE FOLKCOM

A Rede Folkcom está voltada às pesquisas relacionadas ao estudo da comunicação na cultura popular ou no folclore. Como rede de pesquisa, ela integra atividades promovidas por seus membros pesquisadores no âmbito da realização de pesquisas, encontros, seminários, ressaltando também a ferramenta da publicação científica como forma de institucionalizar e fazer avançar o campo.

Um grupo importante de pesquisadores da folkcomunicação está ligado à Rede Folkcom, discípulos diretos de Beltrão como: José Marques de Melo, Roberto Benjamin (PE), Osvaldo Trigueiro (PB) e Joseph Luyten (*in memoriam*), Maria Cristina Gobbi (SP), Antonio Hohlfeldt (RS), Cristina Schmidt (SP), Sebastião Breguez (MG), Samantha Castelo Branco (PI), Severino Lucena (PB), Betania Maciel (PE), Antonio Teixeira Barros (DF), Luis Custódio da Silva (PB), Maria Érica Oliveira (RN), Marcelo Pires de Oliveira (SP), Fábio Corniani (SP), Sergio Gadini (PR), Karina Woitowicz (PR) Jacqueline Dourado (PI). As pesquisas de folkcomunicação rompem fronteiras e se expandem para alguns países da América Latina e da Europa por meio dos estudos de Carlos Nogueira (Portugal) e Esmeralda Vilegas (México).

Existem também grupos de trabalho de folkcomunicação nos encontros periódicos das principais instituições no Brasil e no exterior que cuidam das ciências da comunicação e da informação, como a Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação (ALAIIC) e a Intercom, explorando as seguintes interfaces:

- teoria e metodologia da folkcomunicação;
- folclore, cultura erudita e cultura de massa;
- manifestações espontâneas da folkcomunicação;
- intermediações folkmidiáticas no turismo;
- intermediações folkmidiáticas e publicidade;
- intermediações folkmidiáticas e relações públicas;
- intermediações folkmidiáticas na religião;
- intermediações folkmidiáticas na literatura;
- intermediações folkmidiáticas nas telenovelas; e
- intermediações folkmidiáticas no cinema.

A *Revista Internacional de Folkcomunicação (Revista Folkcom)* possui Qualis B1 Nacional, na área de avaliação multidisciplinar, conforme avaliação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) triênio 2004-2006. Suas edições estão disponíveis na internet para acesso e consulta gratuita.¹ Em seu oitavo ano de existência, a versão eletrônica da revista mantém a periodicidade semestral – com lançamentos em março e agosto. O aumento do número de textos e materiais para publicação confirma a canalização acadêmica de uma demanda de produção na área e, ao mesmo tempo, fortalece a proposta editorial liderada pelo editor, professor Sérgio Luiz Gadini. Os textos veiculados evidenciam a diversidade temática da folkcomunicação.

1. Disponível em: <<http://www.uepg.br/revistafolkcom>>.

Em 2005, o pesquisador José Carlos Aronchi produziu o vídeo *Ver e entender a folkcomunicação*, com a temática da comunicação e desenvolvida por especialistas sobre o tema folkcomunicação. Pesquisadores como José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Sebastião Breguez, Antonio Hohlfeldt, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt falam de suas experiências no reforço desta nova teoria da comunicação. Por meio destes depoimentos, constata-se a existência de diversas possibilidades para se estudar a folkcomunicação, com a combinação de enfoques. Como comenta José Marques de Melo no documentário, a folkcomunicação configura-se em uma oportunidade, por ser um campo virgem a ser pesquisado no Brasil.

Em 2006, depois do mandato inicial da professora Cristina Schmidt, a professora Betania Maciel assume a nova presidência da Rede Folkcom. Ela propõe como objetivo fortalecer esta rede de pesquisa por meio da captação de associados e do fornecimento de serviços diferenciados a seus pesquisadores. Além disso, é fixado o objetivo de ampliar os limites teóricos, práticos e metodológicos dos estudos de folkcomunicação, fazendo conexões com os estudos das culturas populares, desenvolvimento local e inclusão social. Finalmente, destacou-se o papel das tecnologias de informação e comunicação na mediação destes processos, para permitir o trabalho colaborativo e agilizar a comunicação científica entre seus membros e pesquisadores, com o desenvolvimento e lançamento de um portal² na internet coordenado pelo professor Marcelo Sabbatini.

Uma das iniciativas da professora Betania Maciel foi a criação do núcleo de pesquisa pelo Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) para o desenvolvimento de pesquisas temáticas inter-regionais, com o foco no uso das mediações culturais para promover o desenvolvimento local junto a cooperativas, movimentos sociais, assentamentos, quilombolas, comunidades indígenas e demais atores sociais tradicionalmente excluídos do processo de comunicação, utilizando, além disso, cortes de análise geracionais e de gênero.

O estudo das culturas populares por meio de suas expressões folclóricas busca fortalecer as condições materiais e imateriais não somente de forma imediata, mas também promover um programa de autossustentabilidade em longo prazo para estas comunidades.

Em janeiro de 2008, sob a edição de Betania Maciel é publicado o número especial da *Revista Razón y Palabra*.³ Editada pelo Instituto Tecnológico de Monterrey do México, a chamada “primeira revista eletrônica na América

2. Disponível em: <<http://www.redefolkcom.org>>.

3. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx>>.

Latina especializada em comunicação”, teve como coordenador de projeto na internet o professor Octavio Islas, membro da diretoria executiva da ALAIC.

Esse número especial da revista destacou o papel da folkcomunicação como uma teoria genuinamente brasileira e uma das principais contribuições teóricas de seu fundador, Luiz Beltrão, ao campo da comunicação. Ao longo de suas páginas virtuais, a edição trouxe nomes como os de José Marques de Melo, Heitor Costa da Lima Rocha, Antonio Teixeira Barros, Osvaldo Trigueiro, Maria Cristina Gobbi, Irenilda Souza Lima, Maria Érika Oliveira, Andréia Moreira, Augusto Aragão e Marcelo Sabbatini para compor o cenário brasileiro da pesquisa, metodologia, teoria e prática da folkcomunicação, apresentando ao leitor internacional a perspectiva futura desta disciplina, os enlaces teóricos, seus fundamentos históricos, assim como uma introdução ao papel da Rede Folkcom e da Cátedra Unesco/UMESP, para a sua consolidação.

Em 2008, a Rede Folkcom passa a integrar a Federação Nacional das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom), no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Natal. Representada por dezenas de entidades da área da comunicação, entre elas a Intercom; o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), entre outras. O objetivo comum destas sociedades científicas, era o de consolidar o campo do saber da comunicação no Brasil, buscando convergência acadêmica e mais representação junto aos interesses da sociedade.

5 CONCLUSÃO

Para o futuro, o desafio de pensar as dinâmicas culturais presentes na confluência entre a mídia popular e as massivas faz com que os estudos folkcomunicacionais sejam uma tendência na contemporaneidade.

O legado de Luiz Beltrão tem sido constantemente estudado e renovado pelos pesquisadores da Rede Folkcom e também tem suscitado interesse na contemporaneidade, seja no mundo acadêmico seja na periferia, em um momento em que as expressões culturais dos grupos marginalizados configuram práticas de resistência e cidadania em meio à sociedade globalizada. Afinal, conforme observa Marques de Melo (Melo, 2008, p. 57), “as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço”.

Assim, os estudos da folkcomunicação estimulam o regionalismo, mas a cultura hegemônica desconhece as expressões populares. Aparentemente, existe apenas o que está na mídia, e a mídia é urbana. Algumas manifestações tendem a virar produto, outras não, daí a visibilidade dada pela mídia ao que vai se transformar em produto cultural. E neste sentido, a folkcomunicação pode ser entendida

como uma forma de mídia alternativa, que dialoga com a mídia hegemônica, mediando a fronteira entre cultura globalizada e cultura popular.

Como exemplo dos estudos que investigam essa interface de culturas, pode-se ilustrar como a mídia tem registrado o carnaval por todo o país, as festas juninas e outras celebrações. Mas, até que ponto e de que forma é realizado este trabalho? A transformação das festas em espetáculo é um problema enfrentado pela cultura popular: a canibalização, ou seja, ser contada, praticada por quem não a conhece. A classe hegemônica é a principal responsável por este processo, impondo, muitas vezes, mudanças das tradições em função das necessidades da indústria cultural e do turismo de massas.

Há um questionamento a ser feito: se a mídia conhece a variedade da cultura brasileira e se quando a divulga tem a noção de muitas vezes transformá-la em um espetáculo, um produto comercial. É importante que os profissionais da mídia saibam lidar com as expressões populares para que não modifiquem o real significado das culturas. Para muitos destes profissionais, a mídia precisa ouvir e aprender com os mestres detentores da cultura popular. E assim corre-se o risco de achatamento da diversidade cultural brasileira, do não diálogo e do reforço dos estereótipos, produzindo a alienação e a exclusão social.

Apesar disso, a mídia tem apresentado avanços em mostrar a diversidade da cultura brasileira e especificamente de culturas que não são as hegemônicas, por exemplo, as estratégias de *marketing* como a etnografia no processo de compreensão da cultura. Em diversos programas de televisão e quadros apresentados em canais de televisão aberta, observa-se o aumento da divulgação e valorização da cultura brasileira.

Essa nova compreensão da cultura se estende também à relação das pessoas com os bens de consumo. O fato é que o consumo é uma prática cultural e só quando entendido sob este ângulo, as atitudes consumistas assumem contornos mais claros e inteligíveis devido ao crescimento do poder aquisitivo das classes mais baixas, e por isso a categoria de produto e serviço tem ampliado seu mercado-alvo (*target*) às classes menos favorecidas.

Outro ponto focal de desenvolvimento das atividades de pesquisa da Rede Folkcom diz respeito aos processos de desenvolvimento local. Dessa forma, busca-se entender o empoderamento das comunidades alijadas da modernidade, como forma de promover a sustentabilidade destes grupos, pelo desenvolvimento de estudos de estratégias de comunicação nas políticas públicas, ONGs, associações e empresas no âmbito do desenvolvimento local.

Nessa perspectiva, são contempladas as culturas populares e suas diferentes manifestações de hibridização da cultura *folk* e a cultura massiva; os estudos de

recepção de mídias e programas de intervenção social; além das análises discursivas e os impactos das novas tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea. Estes aspectos buscam investigar as modificações operadas no cotidiano das populações rurais, verificando a importância destas tecnologias nos processos de desenvolvimento local.

Finalmente, mesmo diante destes cenários, o campo da folkcomunicação é novo, mas promissor. Não é sem dificuldades que a Rede Folkcom busca abrir novas fronteiras, teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura global e a cultura local. Como todo novo campo do saber científico, a folkcomunicação encontra não somente a dificuldade de consolidar seu objeto de pesquisa e seus métodos, mas também de obter aceitação no paradigma da ciência normal, utilizando o conceito de Thomas Kuhn. Talvez por seu aspecto inovador e libertário inclusive em relação a seu objeto, talvez pelo simples conservadorismo acadêmico, a comunidade acadêmica da comunicação estaria hoje em prejuízo se ignorasse os aportes folkcomunicacionais.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. **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 ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. A comunicação dos marginalizados. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 17, 2007. (Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2006 na categoria grupo inovador).

MELO, J. M. Uma estratégia das classes subalternas. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 17, 2007.

_____. **Mídia e cultura popular**: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BENJAMIN, R. **A fala e o gesto**: narrativas de folkcomunicação sobre narrativas populares. Recife: Universitária, 1996.

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

BRANDÁO, C. R. **Contos brasileiros**. São Paulo: Expressão popular, 2006.

MARQUES DE MELO, J. Uma estratégia das classes subalternas. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos de comunicação**: série estudos, v. 17, 2007. (Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação 2006 na categoria grupo inovador).

TRIGUEIRO, O. M. **Luiz Beltrão**: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2007.

_____. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2008.

SCHMIDT, C. Teoria da folkcomunicação. *In*: RIO DE JANEIRO. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Folkcomunicação: a mídia dos excluídos. **Cadernos da comunicação**: série estudos, Rio de Janeiro, v. 7, 2007.

Missão do Ipea

Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

qw h d g t e r a o p l d m c n h b g a v z f a g h i w o w p q l s k d n c m g t r a z v d g e n f h y u a o p q l m x n x j
o p l d q w h d g t e r a m c n h b g a v z f a z v d g e l m x g h i w o w p q l s k d n c m g t r a n m x n b a q y e o a x
q w h d g t e r a o p l d m c n h b g a v z f a g h i w o w p q l s k d n c m g t r a z v d g e n f h y u a o p q l m x n x j
o p l d q w h d g t e r a m c n h b g a v z f a z v d g e l m x g h i w o w p q l s k d n c m g t r a n m x n b a q y e o a x

qw h d g t e r a o p l d m c n h b g a v z f a g h i w o w p q l s k d n c m g t r a z v d g e n f h y u a o p q l m x n x j
o p l d q w h d g t e r a m c n h b g a v z f a z v d g e l m x g h i w o w p q l s k d n c m g t r a n m x n b a q y e o a x
q w h d g t e r a o p l d m c n h b g a v z f a g h i w o w p q l s k d n c m g t r a z v d g e n f h y u a o p q l m x n x j
o p l d q w h d g t e r a m c n h b g a v z f a z v d g e l m x g h i w o w p q l s k d n c m g t r a n m x n b a q y e o a x

