

Um balanço parcial dos estudos da folkcomunicação no campus universitário de Alto Araguaia da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT, Brasil

SILVA, Lawrenberg Advíncula da¹

(Universidade do Estado de Mato Grosso, Unemat)

lawrenberg@gmail.com

1. Introdução: Mas o que é, afinal, folkcomunicação num país como o Brasil?

Ao falar de folkcomunicação, numa primeira definição o que fica evidente é a relação entre povo (folk²) e comunicação. Em outras palavras, comunicação do povo. Mais que uma teoria no campo da Comunicação, observa-se a constituição de um estudo genuinamente brasileiro: 1) que tem como principal mote o olhar sobre os processos sociais em tempos de globalização disjuntiva, residual; 2) e na qual, principalmente, indica o lugar dos sistemas comunicativos ante as ambigüidades socioculturais e incongruências históricas do modelo de modernização brasileira. Entre elas: as disparidades crônicas entre letrados e não-letrados, ou mesmo, da clivagem instaurada entre “alta cultura” (cultura, erudita, formal) e “baixa cultura” (popular, informal, prosaica), que assinala os processos de aculturação no Brasil.

De certo modo, a modernização brasileira, notada enfaticamente entre as décadas de 1960 e 1970 e sob os intentos da ditadura militar, além de visar o lançamento do país a uma candente fase de industrialização e de introduzir, a todo custo, o homem brasileiro às transformações vigentes da modernidade urbana capitalista, ignorava paulatinamente aos grandes contingentes humanos da zona rural, do interior e dos sertões do Brasil, que aparentemente não se fizeram contaminar pela crescente urbanização e consolidação das metrópoles brasileiras.

Neste sentido, os estudos em folkcomunicação erigiram na forma de uma narrativa popular-massiva para responder à demanda dos contingentes humanos negligenciados pela face intrépida da modernização brasileira: a da exclusão social e, mais recentemente, digital. Como também para dar conta dos fluxos bidirecionais, dos processos de hibridação simbólica, da profusão de experiências multiculturais, além de, impreterivelmente, da emergência de

¹ Publicitário, Designer Gráfico e Assessor de Imprensa. Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Sócio da Sociedade de Estudos Interdisciplinares em Comunicação – Intercom. Membro da Rede Folkcom de Comunicação e do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade da UNEMAT. Filiado da Rede ABCIBER (Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura). Atualmente é professor do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT. E-mail: lawrenberg@gmail.com.

² Prefixo inglês da palavra folclore e que invariavelmente remete a palavra povo. Por essa abordagem, e a partir da leitura das obras do folclorista brasileiro Luís de Câmara Cascudo² (1988), pode-se afirmar que o folclore seria, portanto, a solução popular da vida em sociedade, vista através do conjunto de tradições, adivinhações, provérbios, superstições de uma comunidade. Que depois, conjugando-se com a palavra “comunicação”, resultaria na expressão “comunicação do povo”.

novos atores sociais e da produção de uma nova geografia cultural na relação antagônica entre “Casa Grande e Senzala”, que ainda prevalece nos sistemas comunicativos contemporâneos – mesmo que, escamoteada.

Do ponto de vista metodológico, e baseado na conceituação do pioneiro dos estudos folkcomunicacionais, o jornalista Luiz Beltrão (2001: 73), a folkcomunicação apresenta-se como: um “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.” Em outra propositura, oriunda de uma releitura de Beltrão feita por José Marques de Melo (in SCHMIDT, 2011:22), a folkcomunicação constitui um conjunto de “estratégias de difusão simbólica capazes de expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (MARQUES apud SCHMIDT, 2011: 22)

Também é importante frisar que a folkcomunicação não se trata de um estudo do folclore ou da cultura popular em si. E, seguindo a mesma linha, Melo (2008: 17) sentencia:

Se o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a *folkcomunicação* caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural.

Esta inclinação mais engajadamente política e menos midiacêntrica, ressignifica o papel assumido pelos agentes comunicativos da mídia considerada massiva aos receptores tratados como anônimos das grandes metrópoles brasileiras, a partir do momento que rompe com as antigas metodologias das escolas norte-americanas de teorias da Comunicação (Massive Research, teoria do funcionalismo sociológico, teoria dos efeitos de Lasswell, etc) e dialoga com a antropologia dos Estudos Culturais, a Sociologia e Filosofia Contemporânea da França, enfim, um caldeirão de influências.

Ao mesmo tempo, reconhece que os estudos da folkcomunicação, não negando as influências dos estudos culturais britânicos e da perspectiva gramsciana acerca de hegemonia e dominação, detém sobre si a capacidade política das camadas populares em resistir à ordem cultural industrial, acusando também, assim como Raymond Williams e Edward Thompson igualmente fizeram durante os tempos áureos da *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) da escola de Birmingham, a impossibilidade de abstrair a cultura das relações de poder e das estratégias de mudança social.

Ciente disso, é de se constatar que: no leme das manifestações populares não oficializadas pelas políticas culturais ainda incipientes e pela mídia etnocentricamente “caucasiana” do Brasil, além de um ambiente onde encontrássemos cristalizadas as mais variadas linguagens pelos segmentos que não necessariamente dominam a linguagem verbal escrita, filhos de uma tradição oral, também se forjam e subsistem dinâmicas particulares de resistência cultural, entre elas, a imitação burlesca, a sátira, a paródia. E todas elas se reproduzem nos canais populares de informação à título de uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas e, principalmente, na forma de um conjunto de procedimentos de uma

comunicação iminentemente alternativa em um país como Brasil, que pretende organizar uma Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016.

Por trás desses procedimentos comunicacionais, à guisa de uma dimensão política no contexto de países ainda emergentemente introduzidos pela globalização tecnológica, e no caso estudado, de cidades do interior do Brasil e localizadas à margem dos processos de cosmopolitização, como é Alto Araguaia, com somente 15 mil habitantes, invariavelmente os envolvidos do processo comunicativo acabam dotando-se de uma visão mais crítica e contestadora da realidade. Enxerga-se um engajamento por parte dos agentes folkcomunicacionais em busca de novas condições de participação social, cujos blogs jornalísticos de caráter militante e jornais alternativos e “não-burgueses” noticiam por meio do envolvimento dos movimentos do Terceiro Setor (sindicalistas, ONGs, cooperativas de trabalhadores rurais e produtores culturais da cena *underground*) ante aos problemas cotidianos e estruturais, que diariamente acometem os principais conglomerados populacionais do Brasil, isto é, as cidades de: São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte, Brasília, Porto Alegre e Belém.

O que, sem dúvida e no que tange as representações no mundo social, redimensiona o lugar-comum ocupado pela parcela marginalizada da população, caracterizada por um baixo poder aquisitivo, pertencente a uma etnia mestiça ou afrodescendente, com formação não-especializada quanto residentes nas regiões taxadas como periféricas. E que, para Beltrão (1980) são logo identificados por grupos marginalizados³.

Trata-se de ativistas midiáticos que operam direto e indiretamente adentre uma densa rede de comunicação cotidiana, assim pegando carona numa das definições acerca dos mediadores folk de Osvaldo Trigueiro (2004). Ou simplesmente de agentes folkcomunicacionais que, segundo Schmidt (2006, p.14), “atualizam-se midiaticamente, uma vez que a sociedade de classes perdura marginalizando vários segmentos sociais”.

2. Alto Araguaia: um campo potencial nos estudos da folk

³ De acordo com o Beltrão (1980), há três tipos de grupos marginalizados: os rurais, urbanos e culturais. Os grupos rurais marginalizados são formados de “habitantes de áreas isoladas (carentes de energia elétrica, vias de transporte eficientes e meios de comunicação industrializados), subinformados, desassistidos ou precariamente contatados pelas instituições propulsoras da evolução social e, em consequência, alheios às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país”. (idem, p. 39). Já os grupos urbanos marginalizados, caracterizam-se pelo reduzido poder aquisitivo, constituídos por indivíduos que recebem pequenos salários, em empregos ou subempregos que não exigem mão-de-obra especializada, como construção civil, estiva, limpeza e conservação de edifícios, oficinas de reparos, trabalhos domésticos, ofícios e atividades as mais modestas (engraxates, remendões, bombeiros, ambulantes, olheiros e lavadores de carro etc.) Além de pequenos negociantes, servidores públicos subalternos, aposentados, menores sem ocupação, biscateiros e pessoas que vivem de expedientes ilegais – “ladrões, prostitutas, proxenetas, passadores de ‘bicho’ e foragidos da justiça”. (BELTRÃO, 1980, p. 55) Enquanto os grupos culturalmente marginalizados são constituídos de indivíduos que contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta à que está em vigência. Estão contidos dentro dos grupos marginais urbanos e rurais. Existem três tipos de grupos culturalmente marginalizados que se distinguem pela sua maior frequência em ações comunicacionais, estes são: o messiânico, o político-ativista e o erótico-pornográfico.

As referências de Alto Araguaia são amplas e variadas, aludindo desde sua localização geográfica, que nas suas mediações faz-se circundada pelos rios Araguaia e Boiadeiro, ao fato mesmo dela comportar um campus universitário por meio da disseminação de conteúdos nas redes sociais (Facebook, Youtube). As inúmeras premiações em eventos regionais e nacionais dos alunos do campus da Universidade do Estado de Mato Grosso⁴ atribuem uma condição de referencia no cenário universitário, mas ainda ínfimo em se tratando de sua imagem ligada ao turismo ecológico no contexto nacional⁵.

Fazendo uma visita à biblioteca pública municipal, constatam-se escritores e poetas de renome regional como da escritora Altair de Oliveira, que em sua obra traça um histórico e um panorama socioeconômico da cidade. Enquanto num breve passeio na praça, observa-se uma igreja, que diariamente toca quatro vezes o seu sino. Entre as calçadas e os arborizados canteiros, também se observa bustos que homenageiam nomes importantes da história da cidade como um de seus fundadores, Carlos Hugueney, e o ex-presidente Juscelino Kubitschek, fundador da capital Brasília e um dos maiores responsáveis pela interiorização do Brasil.

Sem muita dificuldade: avista-se, identifica-se, contempla-se e cartografa-se na cidade de 15 mil habitantes uma gama de gêneros, formatos e tipos folkcomunicacionais, desde aqueles ligados aos aspectos religiosos tão enraizados nas relações entre os moradores mais tradicionais e a igreja católica Matriz, localizada no Centro, aos aspectos idiossincráticos da gastronomia, que, em muitos pratos à base de “queijo cabacinho”⁶ e pequi, evidenciam um sincretismo de elementos goianos com mato-grossenses.

Ao longo da avenida principal, Carlos Hugueney, é impossível passar incólume do carro de som volante que, entre um comercial excludente e a execução dos sucessos da banda Melado do Forró, uma banda musical local, constitui um meio de comunicação eficiente; juntamente com as faixas de ráfia suspensas nos coqueiros e ipês da praça central da cidade, que, em tempos de conexão e multimídia, parecem reforçar o lugar das práticas rudimentares de comunicação. Enquanto na feira municipal Benno Ubaldo Presser, e em diversas bancadas dispersas na Vila Aeroporto, comercializam-se artesanatos, bolos confeitados e quinquilharias de um mercado iminentemente subalterno, fortalecendo os modos de vinculação das identidades locais.

Apesar de ser atravessada por uma rodovia federal, a BR 364, que escoar quase toda a produção agrícola do estado de Mato Grosso para o resto do país, historicamente a cidade de Alto Araguaia, nos seus 75 anos de emancipação política, teve provavelmente enquanto grande mote de povoamento a presença de jazidas de diamantes⁷. Diferentemente de muitas cidades de Mato Grosso, Alto Araguaia passou por um crescimento econômico e social, atraindo empresas e multinacionais, e arrastando para si fluxos humanos de diversas partes do

⁴ Mais informações da Universidade do Estado de Mato Grosso: www.unemat.br.

⁵ É de se destacar o rio Araguaia, que alavanca consideravelmente o turismo da região. Haja vista, o fato de o rio Araguaia ser o lugar escolhido para as gravações de uma telenovela da rede Globo de televisão, cujo nome era Araguaia.

⁶ Queijo caseiro feito em forma de cabaça.

⁷ Ao longo da história do município, a busca por estas jazidas de diamantes culminou em diversos conflitos envolvendo famílias de mineradores. E talvez o mais conhecido tenha sido entre duas das mais tradicionais famílias da sua região: Morbeck e Carvalhinho.

Brasil, que provocaram uma nova configuração sociocultural na relação entre a identidade local e as múltiplas identidades de fora. Em outras palavras, alude-se a uma expansão urbana que acabou gerando hibridações culturais.

Neste sentido, logo se constata que os elementos locais gritam e coadunam para a formação de identidades transculturais, isto é, conferem legitimidade cultural a uma população constituída em sua maioria por trabalhadores braçais e famílias vindas das mais variadas regiões do Brasil. Trata-se de apropriações oblíquas de múltiplas fontes simbólicas e comumente compartilhadas no cotidiano araguaense (goiano-matogrossense), que desembocam do cruzamento entre o culto e o popular. Práticas culturais que se aproximam muito mais de atuações, ao invés de ações, ante fronteiras movediças e interculturais (CANCLINI, 2003). Logo exemplificadas na mistura (sincretismo), ora sutil ora enfática, de influencias empregada na culinária e música regional.

3. Um balanço parcial do estudo em folkcomunicação em Alto Araguaia: entre a feira livre, os invisíveis e o emergente mapa noturno

Da primeira participação na XI Conferência de Folkcomunicação em 2010, na qual tive a honra de compartilhar algumas experiências com o digníssimo professor José Marques de Melo, houve um relevante progresso no que tange o aprofundamento da teoria folkcomunicacional. Após uma primeira consulta no acervo bibliográfico do curso de Jornalismo da Unemat, a partir de uma revisão minuciosa dos trabalhos monográficos concluídos e inúmeras publicações científicas já feitas tanto por alunos quanto por professores do curso, desde o ano de 2006 (ano da criação do curso de jornalismo no campus universitário de Alto Araguaia): foram verificadas poucas referências de autores, de abordagens metodológicas e de títulos, gêneros e formatos relacionados. Não havia menção ao termo folkcomunicação nos trabalhos pesquisados, em face de um predomínio latente de autores estrangeiros, isto é, de uma literatura estritamente forânea na maioria das bibliografias dos ementários das disciplinas do curso.

Ciente disso, o esforço em fazer um balanço atual (2008-2012) do estado da arte da pesquisa em folkcomunicação sugere assinalar o desenvolvimento dos estudos na região e apontar novas perspectivas para a Rede Folkcom. Assim que, diante de resultados recentes, comprovam mudanças qualiquantitativas aos estudos beltrianos, na medida em que elas convertem a pequena cidade de Alto Araguaia em uma das referencias emergentes na geografia nacional da Rede Folkcom.

De acordo com o banco de publicações da Rede Folkcom e os anais dos congressos nacionais do Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação) e da Compós, até meados de 2010, a presença de Mato Grosso no mapa brasileiro da pesquisa em Folk resumia-se às esporádicas publicações (2) nos periódicos da rede e às raríssimas participações de pesquisadores nos eventos.

Esta geografia incipiente reitera a morosidade dos processos de institucionalização da pesquisa em Comunicação⁸ no estado de forte vocação agrícola, assim que o primeiro curso de Comunicação Social somente fora criado a partir da década de 1990 (da UNIVERSIDADE FEDERAL de MATO GROSSO – UFMT)⁹; e consequentemente, até os dias atuais, seus egressos ainda lidam com a carência¹⁰ de Programas de Pós-graduação voltados integralmente para a área.

Entretanto, nos últimos três anos, período que este artigo propôs estudar, notou-se um avanço significativo neste quadro de produção científica em folk quando comparado com outros estados da região Centro-Oeste do Brasil (Mato Grosso do Sul, Goiás e Distrito Federal). Em termos quantitativos, estes resultados fazem-se notar pela participação de alunos e professores nos eventos da rede Folkcom, como indícios de iniciação científica na graduação e valorização da divulgação científica na área de Comunicação no interior de um

⁸ Historicamente o ensino de Comunicação no Brasil somente se concretizou no fim da Segunda Guerra Mundial, em 1947, através da fundação da pioneira Escola de Jornalismo Cásper Líbero, vinculada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Embora já se fizesse o registro das primeiras práticas de ensino e aprendizagem em Comunicação desde a década de 1930.

O ensino de Comunicação no Brasil já passou dos 70 anos, se considerarmos como marco histórico o pioneiro curso de jornalismo criado pela Universidade do Distrito Federal (UDF), instituído em 1935 pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro. Em seu discurso inaugural, o reitor Anísio Teixeira criticava a natureza instrumental das instituições de ensino superior até então existentes no Brasil, responsáveis pelo “preparo restrito e prático de médicos, bacharéis e advogados”, afirmando que aquela universidade do padrão hegemônico – “distribuindo anualmente diplomas” – e se destinava a ser um “centro de alta intelectualidade, de orientação da inteligência e do saber”, vocacionado para formar “homens cultos”, ou seja, “professores, escritores, jornalistas e políticos”. (MOREIRA; VIEIRA, 2008: p.11)

⁹ Em Mato Grosso, o ensino na área de Comunicação dá-se somente no início da década de 1990, quando a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) abre o curso de Comunicação Social, na sua capital, a cidade de Cuiabá, impulsionada pela necessidade de profissionalização do mercado midiático da região. Isso mais de 150 anos após os primeiros indícios da imprensa escrita no estado, através do jornal *Themis Mattogrossense*⁹, que entrou em circulação no dia 14 de fevereiro de 1839.

¹⁰ Apenas para fazer um preâmbulo e evitar possíveis dúvidas em relação ao papel desempenhado pelas linhas de Comunicação dos Programas Pós-Graduação do Meel e do ECCO, ambos da UFMT, considera-se: a constituição dos primeiros programas de Pós-graduação com linhas de estudo voltadas para a área de Comunicação, e suas relações na criação de núcleos de estudos e de uma safra emergente de docentes, que estariam intimamente ligados aos processos de abertura dos novos cursos em Comunicação em todo o estado de Mato Grosso. E que atualmente existem seis (6) núcleos de estudos – 1) *Estudos do Contemporâneo (NEC)*, 2) *Mídias Interativas Digitais (MID)*, 3) *Estudos de Comunicação, Infância e Juventude*, 4) *Estudos de Mídia e Cultura (EMiC)*, 5) *Comunicação e Cultura* e 6) *Estudos de Linguagem e Mídia* (grupo de estudo desenvolvido no campus universitário Pontal do Araguaia / Barra do Garças. Desses núcleos de estudos registram-se a circulação de pesquisadores, alunos de iniciação científica e de professores iniciantes, que, além de fortalecerem a pesquisa regional, acabam ocupando um papel crucial na emancipação e ampliação de novas redes de ensino de Comunicação na região.

estado de vocação agrícola como Mato Grosso; que, do ponto de vista estrutural, apresenta-se rudimentar, precário¹¹.

Durante o intervalo de três (2010-2012)anos foram contabilizados ao todo:

- **2 monografias orientadas metodologicamente sobre o viés da folkcomunicação no ensino de graduação, no curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat),**
- **2 artigos publicados na revista Internacional de Folkcomunicação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG),**
- **2 artigos apresentados em congressos internacionais: em 2011 no Congresso Ibercom em Santa Cruz de La Sierra na Bolívia e, 2012, no Congresso da Alaic em Montevideo, no Uruguai;**
- **1 artigo apresentado no congresso nacional do Intercom, realizado em setembro de 2012 na cidade de Fortaleza.**
- **Além disso, é pertinente salientar a iniciação científica dos alunos do terceiro semestre da disciplina de Estudos Culturais e Mídia, através da realização de pesquisa de campo junto aos lugares considerados populares e marginalizados da cidade de Alto Araguaia e região.**

Fruto de um passeio dominical na feira municipal de Alto Araguaia, a monografia intitulada “Entre cartografias e retratos: um estudo folkcomunicacional das mediações no espaço da feira municipal de Alto Araguaia”, que foi defendida com louvor e grande êxito pelo aluno Marcos Cardial no último dia 2 de julho, destacou os atores e os processos comunicativos envolvidos na ambiência popular da feira livre de Alto Araguaia, demonstrando o papel dela no fortalecimento das identidades comunitárias e locais, diante dos discursos globalizados do consumo e da mídia.

Desse trabalho monográfico sobre a feira livre, também rendeu: uma publicação em periódico científico internacional, através do artigo intitulado “Estudando folkcomunicação na feira livre de Alto Araguaia, Mato Grosso”, que foi publicado no segundo semestre de 2011 na edição número 18 da revista Internacional de Folkcomunicação; além de dois artigos apresentados em congressos internacionais. O primeiro deles, intitulado “Estudando folkcomunicação na feira: um estudo sobre os processos comunicativos na feira municipal da cidade de Alto Araguaia, Mato Grosso”, que foi exposto no GT Folkcomunicación do XII Congresso Iberoamericano de Comunicación – IBERCOM, realizado na cidade de Santa Cruz de La Sierra na Bolívia, entre os dias 10 a 12 de novembro de 2011. Enquanto o segundo: intitulado “Estudando Folkmarketing Na Feira Livre De Alto Araguaia, Mato Grosso: Uma Reflexão Sobre Os Agentes-Comunicadores e seus processos comunicativos”, que foi exposto

¹¹ Ver mais sobre as dificuldades estruturais da docência no texto: Entre a sala de aula, a realidade profissional e a sociedade local: uma breve reflexão sobre a experiência de ensino no curso de jornalismo, publicada no livro Coleção Comunicação em Cena (GOTTLIEB, 2012).

no GT Comunicação Intercultural e Folkcomunicação no XI Congresso Internacional da ALAIC, realizado na cidade de Montevideo no Uruguai, entre os dias 9 a 11 de maio de 2012.

Além do trabalho sobre a feira livre, a monografia intitulada “@invisíveis_aia: produção social dos grupos urbanos marginalizados da cidade de Alto Araguaia nas / pelas redes sociais”, defendida pela acadêmica Danubia Britto de Oliveira Spigotti e inspirada no trabalho sobre invisibilidade pública na qual foi desenvolvido pelo psicólogo Fernando Costa Braga, sendo inclusive matéria do Fantástico, explorou o cotidiano dos grupos urbanos marginalizados nas redes sociais, ao relatar, via método netnográfico, os hábitos, as preferências pessoais e as formas de interação de um gari, um mototaxista e uma vendedora ambulante.

Já nas disciplinas iniciais, mais especificamente, na disciplina de Estudos Culturais e Mídia do terceiro semestre de Jornalismo, realizaram-se atividades de incursão antropológica em lugares considerados subalternos pela ótica da sociedade local, após uma breve consulta popular no campus universitário. Com uma grande margem de indicações entre as pessoas consultadas, foram identificados:

- **O Clube Baluarte**, um bar de forró situado na cidade vizinha de Santa Rita do Araguaia (GO);
- **O Bar da Lú**, um prostíbulo localizado em uma das saídas de Alto Araguaia, sentido Alto Taquari;
- **O Bar Central**, um botequim situado no Centro da cidade, defronte à igreja matriz.

Salvo exceção, a Festa de Maio, uma festa religiosa do calendário cultural de Santa Rita do Araguaia.

Estes lugares foram visitados, num intervalo de um mês, por três equipes de acadêmicos: **1) Guilherme Lustig, Nair Carvalho e Laura Cristina, 2) Brenda Carvalho, Cassiane Mews e Franciele Calixto, e 3) Tiago Jara, Vanessa Giroldi e Breno Cunha.** Sob o objetivo de mapear e depois identificar os atores desses lugares populares, tendo a perspectiva teórica dos grupos urbanos marginalizados (BELTRÃO, 1980) e os Estudos Culturais Latinoamericanos (CANCLINI, 2003) como mote das discussões.

Desta experiência em sala de aula, produziu-se um emergente mapa noturno em Alto Araguaia, constituído de lugares solapados da visão apolínea e cartesiana de cidade, mas que representou a potência de uma multidão anônima e criativa, que agora reinventa e determina seus trânsitos e circuitos de produção, circulação, recepção e, consequentemente, subjetivação de informações.

Considerações finais: Determinando alguns direcionamentos futuros entre os gargalos criados da modernização brasileira e a folkcomunicação

Do registro do aumento de trabalhos em folk desenvolvidos no curso de jornalismo de um pequeno campus universitário do interior de Mato Grosso, Brasil, na condição de uma ação de resistência diante dos modelos hegemonicamente estabelecidos, não foi difícil de

observar que o resgate da imagem do brasileiro criativo e protagonista parecem perpassar o estatuto deontológico da pesquisa e, propriamente, as relações etnográficas de autoridade entre objeto e pesquisador, assim qualificadas, por um rol de antropólogos e sociólogos, pelo uso da astúcia e da inventividade em detrimento dos saberes institucionalizado pela Ciência e do manual do “politicamente correto” da chamada sociedade de asfalto. Ou mesmo, visto na forma de um DNA da malandragem, logo exaustivamente explorado nas letras de Bezerra da Silva, um dos expoentes do samba do estilo partido alto¹².

Entretanto, e ao mesmo tempo, é imprescindível o registro que: esta percepção de homem brasileiro, com sua expertise adquirida de sua vivência cotidiana, mais acuse um Estado negligente e um sistema social combalido, ao passo de desencadear uma retórica sólida de reivindicação de justiça social e visibilidade cultural, mesmo que em muitas circunstâncias efetivadas em direção contrária aos sistemas valorativos, morais e até éticos, então secularmente estabelecidos em nossa sociedade.

No âmbito das ciências da comunicação no interior de Mato Grosso, no Brasil e, sobretudo, na América Latina, os estudos em folkcomunicação sugerem um olhar mais caloroso do inevitável descompasso entre as indústrias midiáticas massivas e as manifestações culturais dos agentes populares tardiamente inseridos nos processos globalizantes, sob o intuito de neutralizar o preconceito existente que certos segmentos do campo científico esboçam em relação ao conhecimento popular. E percorrendo o modo como o jornalista Beltrão produziu sua tese de doutorado em 1967, logo se nota que o seu legado confunde-se de maneira paradoxal com a narração histórica da formação socioeconômica e cultural do Brasil colonial e escravocrata ao país contemporâneo que atualmente pretende sediar uma Copa do Mundo e Olimpíadas. O seu pensamento comunicacional reflete a face aguda e contraditória da modernização brasileira, principalmente no que confere o papel assumido pelas tradições populares em seu contraponto ao mal-estar gerado pelo capitalismo tardio, a qual boa parte dos países latino-americanos se encontra refém. Mas principalmente aludem aos modos de funcionamento das práticas de produção e de recepção de uma considerada parcela da população brasileira, nas quais as manifestações populares e o próprio folclore constituem um território fértil para a tradução, reprodução e reinvenção dos textos da mídia convencionalmente hegemônica.

Referências Bibliográficas

BARBERO, J. *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e hegemonia*. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

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

_____. *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

¹² O samba de partido-alto, partido-alto ou simplesmente partido, é um estilo de samba que surgiu no início do século XX, dentro do processo de modernização do samba urbano do Rio de Janeiro. A sua origem está relacionada às umbigadas africanas e é a forma de samba que mais se aproxima da origem do batuque angolano, do Congo e regiões próximas.

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

CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas. entrada e saída na modernidade*. Trad. Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

CASCUDO, L. C. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1988.

CERTEAU, M. *A invenção do cotidiano*. Artes de fazer. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.

GOBBI, M. C. Bibliografia de Folkcomunicação. In: BELTRÃO, Luiz – *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

GRAMSCI, A. *Cadernos de cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, v.3.

GONZÁLEZ, J. A. *Sociologia de las culturas subalternas*. Mexicali: Universidad Autónoma de la Baja California, 1990.

GONZÁLEZ, J. A. *Más (+) Cultura (s) Ensayos sobre realidades plurales*. México, Pensar la Cultura, 1994.

GUSHIKEN, Y. *Folkcomunicação: interpretação de Luiz Beltrão sobre a modernização brasileira*. UNAM (México): Revista Razón y Palabra. 77, 2011.

MELO, J. M. *Mídia e cultura popular*. História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

MOREIRA, S. V.; VIEIRA, J. P. D. (Org). *Comunicação: ensino e pesquisa*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

Projeto História e Cultura. Site: www.historiaecultura.pro.br.

REDE FOLKCOM. Site: www.redefolkcom.org.br.

SILVA, Lawrenberg Advíncula da. *Entre a sala de aula, a realidade profissional e a sociedade local: uma breve reflexão sobre a experiência de ensino no curso de jornalismo*. In: GOTTLIEB, Liana (Org). *Coleção Comunicação em Cena*. V. 1. São Paulo: Scortecci, 2012.

SCHMIDT, C. (ORG). *Folkcomunicação na Arena Global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Doctor, 2006.

TRIGUEIRO, O. *Folkcomunicação e ativismo midiático*. João Pessoa: UFPB, 2007.

WOLF, M. (Org.). *Teorias da Comunicação*. 6ª ed. Lisboa: Presença, 2001.