# Folkcomunicação, mediação e ativismo midiático: do líder de opinião ao ativismo midiático[1]

Guilherme Moreira FERNANDES[2]
Universidade Federal de Juiz de Fora

**Resumo:**

O presente artigo busca estudar a Folkcomunicação de Luiz Beltrão sob a ótica dos estudos culturais latino-americano. Aponta-se o conceito de "Ativista Midiático" de Osvaldo Trigueiro (2008) como um importante argumento para a passagem da concepção do funcionalismo para os estudos culturais. A partir desse ponto e também das anotações de José Marques de Melo buscamos nos conceitos de mediação de Jesús Martín-Barbero e no de hibridismo cultural de Néstor García Canclini aproximações com a obra beltraniana. Concluímos que os conceitos introduzidos por Martín-Barbero e García Canclini se aplicam ao que Beltrão definiu como Folkcomunicação.

**Palavras-chave:**

Mediação, Hibridismo, Ativismo Midiático, Estudos Culturais, Folkcomunicação.

## Introdução à teoria da folkcomunicação

A realidade contemporânea é, cada vez mais, marcada pela presença cotidiana dos meios de comunicação de massa na vida social. Fenômenos de variados campos – políticos, econômicos, culturais – são impactados, em alguma medida, pelas variáveis relativas aos processos de mediação efetivados pelos veículos de comunicação. Neste sentido, perscrutar qual é a efetiva extensão desses impactos constitui questão crucial para a compreensão da contemporaneidade. Diante disso é necessário recuperar e colocar em diálogo uma contribuição eminentemente brasileira no campo comunicacional muitas vezes negligenciada ou subaproveitada: a Folkcomunicação, desenvolvida pelo pernambucano Luiz Beltrão.

[1] Artigo apresentado no GT 1 "Folkcomunicação: teoria e metodologia, gêneros e formatos" da XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Juiz de Fora-MG, 04 a 07 de maio de 2011.
[2] Membro da Rede Brasileira de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom). Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e mestrando em "Comunicação e Sociedade" pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da UFJF. Bolsista Capes

Luiz Beltrão nasceu em 08 de agosto de 1918, em Olinda (PE), oriundo de uma família de classe média, faleceu em 24 de outubro de 1986. Sua vida foi dedicada a estudar o fenômeno da Comunicação. Escreveu diversos livros sobre a prática do jornalismo, sobre a teoria da comunicação, além de romances. A criação da Teoria da Folkcomunicação lhe rendeu o primeiro título de doutor em Comunicação no Brasil, em 1967. Fundou o Instituto de Ciência da Informação– ICINFORM, em dezembro de 1963, o primeiro que se propôs a estudar a comunicação como ciência. Fruto deste trabalho, surgiu a primeira revista científica da área, "Comunicação & Problemas", lançada em março de 1965. (GOBBI, 2006).

Foi nessa revista que o professor publicou "O ex-voto como veículo jornalístico". Assim, uma nova possibilidade de pesquisa em comunicação era lá defendida. Nessa perspectiva, não seria somente através dos meios ortodoxos tradicionais que a comunicação poderia ser realizada. Existiria uma forma "rudimentar" de estabelecer o processo comunicativo, através do folclore:

> pois é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações folclóricas apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversional, mas procurarmos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. (BELTRÃO, 2004, p. 118).

O artigo foi recebido com entusiasmo pelo folclorista potiguar Câmara Cascudo que enviou uma carta, publicada na segunda edição da revista. O pesquisador potiguar (1965, p.133) dizia que o estudo de Beltrão era "um soberbo programa de necessidade imediata" e ratifica que o "ex-voto é uma voz informadora da cultura coletiva, no tempo e espaço, tão legitima e preciosa como uma parafernália arqueológica". Cascudo o estimulava a continuar seus estudos. Beltrão assim o fez. Ousou e criou uma nova disciplina, estritamente brasileira, que buscava dar voz aos anseios populares.

Em 1967, em sua tese de doutorado, Beltrão (2001, p. 79) definiu a Teoria da Folkcomunicação como sendo "o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opinião, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore", e expôs que a importância da teoria era expor "a necessidade imprescindível de estarmos atentos a essa forma esquisita do

intercâmbio de informações e ideias entre os dois brasis, no interesse da afirmação e do desenvolvimento nacional".

A tese foi lançada em 1971 com o nome de "Comunicação e Folclore" e teve a sua primeira parte retirada, sendo substituída por uma simples introdução. Porém, em 2001, a EDIPUCRS, por iniciativa do professor Antônio Hohlfedt, lançou a tese do professor Beltrão na integra. Nela, Beltrão (2001, p.53) percebe que "a comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea" isso acontece pela diversidade de grupos e pela heterogeneidade de culturas existentes no Brasil.

A partir desse ponto, o estudioso passa a analisar os efeitos que os meios massivos causam em seus receptores. Beltrão (2001, p. 56) detecta que "a simples aquisição de dados estatísticos é insuficiente para apurar os efeitos das suas mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para as novas e atualizadas comunicações".

Assim, para realizar o balanço dos efeitos da comunicação é necessário analisar, de acordo com Beltrão (2001, p. 56), alguns pontos, a saber: personalidade dos grupos organizados (lideranças comunitárias); situação socioeconômica e cultural da comunidade; diretrizes políticas e a influência das elites dirigentes sobre o todo e, por fim, o quadro psicológico da atualidade universal (reflexões na natureza e à espécie humana).

Os veículos comunicativos devem analisar os efeitos por ele produzidos, de modo a escolher o conteúdo e até mesmo alterar a forma de suas novas mensagens, para assegurar sua sobrevivência. O mesmo é válido aos grupos organizados, que devem buscar nos variados canais de comunicação um meio de expressar seus ideais ou seus interesses estarão ameaçados.

Outro diagnóstico de Beltrão que o levou a definir a Folkcomunicação foi a dicotomia ético-cultural entre as elites e a massa, que utilizam veículos e linguagens diferentes para exprimir seus ideais. Para ele,

> A nossa elite, inclusive a intelectual, tem o *folk-way* das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária. (...) O que impossibilita a comunicação e a comunhão entre Governo e povo, elite e massa. (BELTRÃO, 2001, p. 62)

Assim, o povo, costumeiramente, não tem nos veículos ortodoxos de comunicação meios de expressar suas opiniões e ideais - o que leva à utilização de veículos não tradicionais. Nesse ínterim, aparece a figura do líder de opinião, como personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com seus pares, tendo sobre eles uma vantagem: tem mais acesso aos meios de comunicação do que seus liderados.

Os líderes nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem carisma e alcançam a posição de conselheiros ou orientadores da estabelecida audiência folk. Beltrão utiliza como parâmetro os estudos do norte-americano Paul Lazarsfeld, porém com um diferencial: Beltrão não considera o grau de instrução acadêmico como característica necessária ao líder de opinião, que submete os conteúdos recebidos ao crivo de ideias, princípios e normas do seu grupo.

A partir desse ponto, Beltrão constata em algumas personagens ou manifestações folclóricas uma dimensão jornalística, a exemplo: cantadores; caixeiro-viajante; chofer de caminhão; folhetos; almanaques; calendários e livros de sorte; 'Queima de Judas'; 'Serra dos Velhos[3]'; mamulengo; bumba-meu-boi, além do artesanato e das artes plásticas. A caracterização dessas manifestações como jornalísticas advém do fato de elas servirem como fonte informativa de fatos correntes, devidamente interpretados (pelos líderes de opinião, que muitas vezes, não apercebem sua função) e periodicamente transmitidos à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum.

Treze anos mais tarde, Beltrão continua sua investigação acerca da Folkcomunicação e lança o livro "Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados". Nesse volume, o pesquisador confronta o sistema de comunicação social com o sistema da folkcomunicação. Para ele o sistema de comunicação social é "o conjunto de procedimentos, modalidades e meios de intercâmbio de informações, ideias, experiências e sentimentos adotado pelas elites eruditas" (BELTRÃO, 1980, p. 20). Tal sistema vertical de comunicação exige do receptor duas características

[3] Queima ou malhação de Judas e Serra dos Velhos são costumes tradicionais celebrados na Semana Santa – representam críticas a pessoas da comunidade que incorrem no desagrado popular. (BELTRÂO, 2001, p. 221).

fundamentais. Primeiro o nível intelectual, responsável por decodificar as informações veiculadas e, o segundo, a capacitação econômica para a posse dos *mass media*.

Já o sistema de comunicação sub-reptício de milhões de indivíduos alienados do acesso ao pensamento das elites dirigentes utiliza-se da transmissão de informações com base em processos artesanal e horizontal, baseando-se em linguagens e canais familiares à audiência.Beltrão percebe que o usuário do sistema da folkcomunicação é um indivíduo frequentemente marginalizado, ou seja, vive à margem de duas culturas: a hegemônica e aquela específica de seu grupo. Deste modo, sofre influência de ambas, constituindo um híbrido cultural. O marginal "é um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetram e fundiram totalmente" (BELTRÃO, 1980, p. 39).

Juntamente com Luiz Beltrão, outros tantos pesquisadores se dedicaram aos estudos acerca da Folkcomunicação. Destaque-se o alagoano José Marques de Melo, que já em seu primeiro livro "Comunicação Social: teoria e pesquisa" aponta a teoria formulada por Beltrão como um novo território da metodologia da pesquisa em comunicação. Marques de Melo escreveu diversos artigos e capítulos de livros acerca desse assunto, mas só lançou um livro de folkcomunicação – "Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação".

De acordo com José Marques de Melo (2008),

> A Folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 25).

Vê-se, nos dizeres do professor, uma aproximação da teoria da Folkcomunicação com os Estudos Culturais Latino-americanos. Marques de Melo (2004 p. 17) afirma que as observações empíricas de Beltrão, em certo sentido, anteciparam a teoria das mediações culturais proposta por Jesús Martín-Barbero. Outra aproximação pode ser feita com a proposta os hibridismos culturais, cerne da contribuição comunicacional de Néstor Garcia Canclini.

Marques de Melo (1998, 2008) ainda faz aproximações do pensamento beltraniano com aporte em Edgar Morin e Marshall McLuhan. Conforme Marques de Melo (1998), Morin identifica a cultura como um complexo de símbolos que penetram o indivíduo em sua intimidade através da projeção e identificação, formando, assim, focos culturais de naturezas diferentes. Com isso, ao lado de uma cultura nacional ou religiosa, sobrevivem interdependentes uma cultura popular.

Beltrão (1971, 2001), ao estudar a manifestação folclórica como veículo de intercâmbio de informações, permite deduzir que ritos e rituais folclóricos possam sobreviver concomitante com práticas culturais tradicionais. Assim, as múltiplas identidades assumidas pelo indivíduo levam a estudos específicos dos focos culturais, pois em um comum repertório cultural distinto cada ser humano percebe um símbolo de diferentes formas.

Já em relação ao midiólogo canadense McLuhan, Marques de Melo (2008) observa que o homem industrial de McLuhan, vivendo nas periferias das megalópoles americanas, inseria-se numa cultura de massa enraizada nas tradições populares graças ao papel desenvolvido pelos *mass media* - alicerçado no arsenal simbólico das comunidades rurais massificando a cultura dos *ianques* primitivos e adventícios.

Beltrão diagnosticara o oposto, ou seja, uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura elitista. Isso dificultava a decodificação dessas mensagens por parte de grande parcela da população, que criavam veículos alternativos para estabelecer sua comunicação. Esse processo denominou-se folkcomunicação.

Hoje, evidencia-se, no Brasil, a emergência de uma corrente oposta, em que veículos massivos utilizam elementos populares para a emissão de suas mensagens, a esse fenômeno dá-se o nome de folkmídia. Marques de Melo (2008) aponta que tais processos começaram a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Folkcomunicação e que estaríamos reproduzindo o fenômeno diagnosticado por McLuhan meio século depois.

## O ativismo midiático nos estudos da folkcomunicação

Seguindo a ótica dos estudos latino-americanos, Osvaldo Trigueiro (2008) apresenta o conceito de ativista midiático como substituto ao conceito de líder de opinião. Segundo o autor, esses ativistas seriam os intermediários cognitivos entre os produtores de cultura e os consumidores. O pesquisador (2008) chama a atenção para o fato da televisão está presente em 99%[4] do território nacional. Trigueiro não é apocalíptico em relação a esse veículo e mostra como são reinventados os produtos midiáticos no uso cotidiano. Suas pesquisas se concentram em comunidades rurbanas[5] no sertão da Paraíba. O estudioso aponta que a presença, cada vez maior, da televisão torna os estudos sobre audiência ainda mais complexos na sociedade midiatizada,

> onde cada sujeito representa uma identidade sociocultural, que interage com outros diferentes grupos, mas com as mesmas aproximações socioculturais que reinventam os seus produtos de uso, ao invés de serem meros consumidores passivos das mensagens midiáticas. São as interações midiatizadas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21)

Vê-se, contudo, que os estudos de recepção ainda carecem de focalizar mais especificamente os choques da cultura marginal com os valores hegemônicos. Assim, o portador dessa cultura tende a decodificar as informações sobre sua identidade de forma distinta do não-portador. Como mostra Trigueiro (2008), quando a decodificação é realizada por um ativista midiático, é mais provável que reinterprete a informação para transmitir a seus influenciados.

O professor também aponta que não existe espaço vazio na comunicação. Os constituintes da audiência são ativos, mesmo que todos não atuem com a mesma intensidade. Porém, existe ainda um tipo especialmente mobilizado, que é o indivíduo ativista (2008, p. 47). O ativo exerce uma ação, participa de atividade e está sempre em

[4] IBGE, 2000. Apud: TRIGUEIRO, 2008, p. 15
[5] Neologismo empregado por Gilberto Freyre para definir uma comunidade que habita um perímetro conceitualmente definido como urbano, mas que na realidade continua mantendo suas características rurais. Apud: TRIGUEIRO, *op cit*., p. 16

movimento; o ativista é um militante que organiza, planeja a participação de outros nos movimentos que se posiciona contra ou a favor de determinada situação. Assim,

> O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas. É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais. (TRIGUEIRO, 2008, p. 48)

No ambiente globalizado que vivemos, de acordo com Trigueiro (2008), muitos dos intermediários concebidos por Beltrão (chofer de caminhão, caixeiro viajante, ambulantes, ciganos, etc) já não têm tanta importância para o sistema folkcomunicação, visto que os moradores de pequenas cidades e distantes municípios brasileiros têm acesso à televisão, telefone fixo, rádio, internet, entre outros veículos de informação.

## A mediação e a hibridização no sistema da folkcomunição

Martín-Barbero (2008) se propõe estudar as mediações[6] a partir das delimitações e configurações da materialidade social e expressão cultural da televisão. Mostra três lugares de mediação: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural.

O autor se aproxima do pensamento beltraniano ao propor um estudo do folclore como matriz histórica da mediação de massa. Martín-Barbero (2008) afirma que a literatura oral é um meio que busca os leitores na rua, muitos não sabem escrever, mas sabem ler: por isso, o cordel é escrito em forma de linguagem oral. Nesse sentido, o pesquisador constata que a literatura oral não é somente um meio, ela também é uma mediação. Outro elemento folclórico capaz de realizar mediações, segundo Martín-Barbero (2008) é o melodrama (representações populares realizadas, a princípio, em forma de teatro urbano).

Assim, o autor chega na cultura de massa. Segundo ele, massa designa o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas

[6] Mediação consiste em tudo aquilo que influencia a maneira como um indivíduo vai receber e reelaborar as mensagens a que ele é exposto.

têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social. A cultura de massa não aparece de repente, ou seja, não é uma ruptura com a cultura popular, já que o massivo foi gerado do popular.

O que chama atenção no trabalho de Martín-Barbero (2008) é a constatação da mediação no campo da recepção e dos dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade.

Assim, a cotidianidade familiar, no estudo sobre a televisão, realizado por Martín-Barbero (2008), ganha visibilidade no momento em que personagens se aproximam do cotidiano familiar num discurso que os torna próximos, produzindo, portanto, uma preleção de hegemonia

> Na construção de uma interpelação que fala às pessoas a partir dos dispositivos que dão forma a uma cotidianidade familiar, que não é apenas subproduto da pobreza e das artimanhas da ideologia, mas também espaço de algumas formas de relação primordial e de algumas vivências que não são menos fundamentais só por serem ambíguas. (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 297).

Em relação à temporalidade social, Martín-Barbero (2008) afirma que cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos, fazendo a mediação entre o tempo do capital e da cotidianidade. Assim, no tempo de ócio o indivíduo faz uso do conteúdo televisivo.

Já no que diz respeito à competência cultural, o autor enfatiza a televisão como espaço cultural, pois "é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução" (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 300).

Martín-Barbero (1995) também analisa a exclusão cultural como dimensão da recepção. O autor aponta três tipos de exclusão. A primeira seria a deslegitimação do gosto popular, por vanguardistas, em programas televisivos, como a telenovela, a luta livre, a comédia 'pastelão' norte-americana. A segunda remete a cultura de gêneros narrativos, ou seja, deve-se cultuar um filme pelo diretor e não pela característica narrativa (drama, comédia, aventura, terror, etc.). Já a terceira remete aos modos

populares de desfrutar das coisas, a exemplo do culto a artistas. Assim, Martín-Barbero argumenta que não se pode estudar a recepção sem levar em conta a exclusão.

O pesquisador (1995) ainda aponta que o estudo de recepção não deve estudar o que fazem os meios com as pessoas, mas sim, o que as pessoas fazem com elas mesmas e com os meios a partir das leituras delas. Segundo ele, a recepção deve ser analisada em quatro etapas: vida cotidiana, consumo, estética e semiótica da leitura e, por fim, história social e cultural dos gêneros.

No que se refere à vida cotidiana esta não está mais ligada à força de trabalho e não há mais valores hegemônicos únicos. A sociedade atual se encontra fragmentada, assim, a vida cotidiana "é o lugar em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo" (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 59). O consumo é o lugar de diferenciação social, distinção simbólica. Ele pode ser encarado como prática de apropriação dos produtos sociais, como sistema de integração e de comunicação de sentidos. É o cenário de objetivação de desejos. Um lugar de processo ritual.

Uma terceira chave conceitual de estudos de recepção refere-se à leitura. Remetendo ao fato que cada espectador tem a sua própria forma de ver um fato (e isso depende da sua cultura), um mesmo fato tenha interpretações e envolvimentos sentimentais distintos. O último ponto proposto por Martín-Barbero é o estudo de gênero. O autor aponta que o espectador tem que ter uma afinidade como gênero que ele está consumindo. A familiaridade vem com o tempo, assim cada gênero é uma expressão de cultura distinta.

O tema mediações também é foco de estudos do mexicano Guillermo Orozco Gómez, que preferiu denominá-la de multimediações, pois são várias fontes envolvidas, como cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, os meios, instituições, movimentos sociais, entre outros. Para Orozco Gómez (1996) as mediações, em seu caráter múltiplo, se dividem em quatro grupos: individual, situacional, institucional e vídeo-tecnológica.

Em território brasileiro, Maria Immacolata Lopes, Sílvia Borelli e Vera Rezende (2002) em uma experiência de relacionar o receptor no âmbito cultural da telenovela, reelaboraram o conceito de mediação e definiram a mediação descrita como lugar,

perspectiva e estrutura. Assim, numa tentativa de ver a mediação não como um método específico e sim como uma imbricação metodológica, definiram os quatro lugares de mediação: a família, a subjetividade, o gênero e a videotécnica.

Segundo as autoras (2002) o lugar 'família' assume múltiplas dimensões, nas formas das comunidades de consumo, estética, afeto, poder e de interpretação, assim, são definidos três categorias de análise: espacialidade familiar, temporalidade familiar e competência cultural. Na análise da subjetividade discute a interface entre a psicologia e os estudos culturais, assim, a mediação aparece como campo de ilusão, intermediário entre o imaginário e imagem, uma mediação da realidade e mantenedora do *habitus* e do estilo de vida. O estudo de gênero aparece como o 'pacto de recepção' que possibilita o diálogo entre leitores e receptores. O gênero é definido como elemento de articulação de duas lógicas, a dos usos sociais e a dos produtores. Já a mediação videotécnica efetua os nexos entre produção e consumo.

Luiz Signates (2006) aponta falhas quanto ao uso do conceito de mediação. O pesquisador sugere que Martín-Barbero deixou lacunas ao definir a palavra. Posteriormente Orozco Gómez e Lopes et al. buscaram novas dimensões para o uso desta categoria, mas, segundo Signates, ainda requer maior precisão teórica. Nessa abordagem crítica, o autor sustenta que o termo não pode ser usado como intermediação, intervenção e como filtro, ambos de uso recorrente. Além de afirmar que enquanto os limites teóricos e metodológicos do termo mediação não for suficientemente definido, dificilmente dotará os estudos de comunicação de um suporte teórico que possa ser admitido como uma superação das teorias e interpretações existentes. Embora as críticas de Signates sejam pertinentes, o uso do termo de mediação é recorrente em muitos trabalhos no âmbito da comunicação, especialmente no que diz respeito ao estudos dos meios e das audiências.

Trigueiro (2008) utiliza o conceito de mediação em seus trabalhos e aponta uma união do pensamento de Martín-Barbero e Beltrão, já que ambos, em lugares e tempos distintos, investigam

> Os meios de comunicação e suas relações com vários contextos históricos, culturais e sociais latino-americanos, percebem a existência e a importância

> dos modos de comunicação vindos desses grupos populares que se espalham pelas redes cotidianas. Também percebem que as mensagens midiáticas, no percurso da emissão à audiência, são perpassadas por várias instâncias das redes de comunicação cotidiana onde são ressignificadas. (TRIGUEIRO, 2008, p. 43)

Trigueiro (2008) ainda aponta que os dois teóricos também se aproximam quando afirmam que é praticamente impossível entender-se a importância que os meios têm na vida das pessoas, sem estudar as redes de comunicação cotidiana dessas. Deve-se investigar o que os indivíduos, nos diferentes lugares de encontro cotidiano, fazem como seus conteúdos e formas. Ambos fazem uma mediação nas interações sociais e culturais nos movimentos sociais, nos grupos populares e nos produtores da indústria cultural.

O teórico latino-americano Néstor García Canclini é considerado um dos únicos críticos culturais latino-americanos que não vê com pessimismo todas as mudanças trazidas pela globalização econômica. Ele considera positivo o fato de nossas culturas transformarem-se cada vez mais, devido ao estreitamento das relações entre os países, em culturas híbridas na qual o global não está substituindo o local.

A existência de culturas periféricas reflete, segundo Canclini (2008), a reprodução desigual da sociedade, uma vez que tal fato gera a apropriação desigual na produção e no consumo dos bens econômicos e culturais, proporciona o estabelecimento prático dessas culturas periféricas e é responsável pela interação conflitiva entre elas e as hegemônicas. Especialmente nas sociedades complexas, onde a heterogeneidade da oferta cultural garante a coexistência de vários estilos de compreensão e recepção, um mesmo indivíduo pode integrar-se a diversas culturas, e as mesclas culturais podem ocorrer de modo não-planejado, resultando de processos sociais não-previsíveis como migrações e intercâmbios.

> A hibridização cultural, contudo, não se caracteriza pela simples mescla de estruturas e práticas sociais; sua compreensão resulta da análise do processo conflitivo, considerando as culturas periféricas dentro da massa cultural. Afinal, estas vivenciam as novas condições de existência tanto no que sofrem de opressão como no que contêm de demanda e aspirações de democratização social.

Canclini (2008) afirma ainda que o popular no contexto globalizado é, na verdade, o excluído. O autor completa dizendo que a modernização da cultura popular confirma, para os grupos hegemônicos, que o tradicionalismo não tem saída, "para os defensores das causas populares torna-se outra evidência da forma como a dominação os impede de ser eles mesmos" (CANCLINI, 2008, p. 206).

Mesquita Nascimento (2000) aponta interações no pensamento de Beltrão e Canclini no que tange ao estudo de culturas populares. A pesquisadora constata que a folkcomunicação se aproxima das pesquisas que envolvem a comunicação entre culturas, ou seja, a presença de traços da cultura de massas absorvidos pelas culturas populares, foco das análises de Canclini. Outro ponto de convergência é o fato de que a cultura popular não pode ser analisada de forma desvinculada da cultura da sociedade em que ela está inserida.

## Considerações finais

Vê-se, contudo, que a Folkcomunicação busca compreender quais são os mecanismos e canais existentes para expressar os valores identitários de grupos minoritários ou excluídos (dando voz e vez a eles), ela acaba por jogar luzes nas disputas simbólicas travadas em todos os espaços existentes da comunicação – massiva ou não. Também podemos afirmar que embora a folkcomunicação esteja ancorado nos estudos funcionalistas ela também dialoga com os estudos culturais britânicos e latino-americanos. Conceitos como o de mediação e de hibridismo são frequentementes utilizados nas pesquisas de folkcomunicação.

Pesquisadores respeitáveis no âmbito das ciências da comunicação como Antônio Hohlfeldt, José Marques de Melo e Osvaldo Trigueiro mostraram uma aproximação do pensamento beltraniano e os estudos culturais. No entanto, as pesquisadoras Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2003) se mostram contra essa aproximação em virtude dos estudos seminais de Beltrão estar ancorado no pensamento Paul Lazerfeld. Assim, acreditamos que o conceito de ativista midiático de Trigueiro é fundamental para a evolução do pensamento da Folkcomunicação. Para construí-lo, o pesquisador paraibano utilizou os pressupostos da interação entre Beltrão e alguns

pesquisadores dos estudos Culturais para afirmar que os estudos de comunicação não podem mais ser desenvolvidos sem a indissociabilidade da cultura da mídia e da cultura popular. Trigueiro (2008, p.30) afirma que "comunicação e cultura devem ser estudadas juntas, porque representam realidades muito próximas, são campos multidimensionais e integrativos"

É tão evidente a relação entre comunicação e cultura nos estudos de folkcomunicação e a acrescente busca por referências de teóricos dos Estudos Culturais, que Sérgio Gadini e Karina Woitowicz (2007), ao organizarem um livro de verbetes sobre a folkcomunicação dedicaram uma parte do livro para retratar temas ligados à comunicação e à cultura, próprios dos estudos culturais britânicos e latino-americanos, como: multiculturalismo; identidades culturais; hibridismo cultural; exclusão e resistência cultural; mediações culturais; matrizes culturais; hegemonia cultural e práticas culturais. Na obra, são amplamente citados autores como: Stuart Hall, Martín-Barbero e Canclini.

## Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

_____. **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.

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

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas** – estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2008.

CASCUDO, Luís da C. Carta sobre o ex-voto. In: **Comunicações & Problemas**. n° 02. Recife: Icinform, 1965. p. 133-135.

GADINI, Sérgio e WOITOWICZ, Karina J. (org.). **Noções Básicas de Folkcomunicação**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

GOBBI, Maria Cristina Luiz Beltrão: um homem à frente do tempo. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006. pp. 297-316.

JACKS, N. e ESCOSTEGUY, Ana C. Objeções à associação entre estudos culturais e folkcomunicação. In: **Verso e Reverso** Ano XVII - Número 37. São Leopoldo: Unisinos, 2003. Disponível em: http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=1&s=9&a=10

LOPES, Maria Immacolata. et. al.. **Vivendo com a telenovela**. São Paulo: Summus, 2002.

MARQUES DE MELO, José. **Teoria da Comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. Introdução à Folkcomunicação: gênese, paradigmas e tendências. In: BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004. pp. 11-24.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro W. (org.) **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. pp. 39-68.

**_____. Dos meios à mediação** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

NACIMENTO MESQUITA, Mariana. Folkcomunicação e hibridização cultural: interação de aportes para pensar as culturas populares. In: **Comunicação & Sociedade** n° 34. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000. p. 145-159.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión y audiencias**. Madri: Ediciones de la Torre, 1996.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação. In: SOUSA, Mauro W. (org.) **Recepção midiática e espaço público**: novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006. p. 55-79.

TRIGUEIRO, Osvaldo M. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.

.