

organizadores

Aline Wendpap Nunes de Siqueira

Flávio Menezes Santana

Jennifer Paola Pisso Concha

# *Metodologias e Subjetividades*

Relatos  
de pesquisas  
em Cultura  
Contemporânea



 pimenta  
cultural  
2024  
São Paulo

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

M593

Metodologias e subjetividades: relatos de pesquisas em  
Cultura Contemporânea / Organização Aline Wendpap  
Nunes de Siqueira, Flávio Menezes Santana, Jennifer Paola  
Pisso Concha. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2024.

Livro em PDF

ISBN 978-65-5939-884-3

DOI 10.31560/pimentacultural/2024.98843

1. Cultura contemporânea. 2. Comunicação e mediações  
culturais. 3. Metodologias. 4. Subjetividades.  
5. Folkcomunicação. 6. Netnografia. I. Siqueira, Aline Wendpap  
Nunes de (Org.). II. Santana, Flávio Menezes (Org.). III. Concha,  
Jennifer Paola Pisso (Org.). IV. Metodologias e subjetividades:  
relatos de pesquisas em Cultura Contemporânea.

CDD: 306.4

Índice para catálogo sistemático:

I. Cultura contemporânea

Simone Sales – Bibliotecária – CRB: ES-000814/0

Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2024 os autores e as autoras.

Copyright da edição © 2024 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons:

*Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - (CC BY-NC-ND 4.0).*

Os termos desta licença estão disponíveis em:

*<<https://creativecommons.org/licenses/>>.*

Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural.

O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

---

Direção editorial	Patrícia Biegging Raul Inácio Busarello
Editora executiva	Patrícia Biegging
Coordenadora editorial	Landressa Rita Schiefelbein
Assistente editorial	Bianca Biegging
Estagiária	Júlia Marra Torres
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Naiara Von Groll
Edição eletrônica	Andressa Karina Voltolini Milena Pereira Mota
Imagens da capa	Vuang, rawpixel.com - Freepik.com
Tipografias	Abril Display, Acumin Pro
Revisão	Bianca Biegging
Organizadores	Aline Wendpap Nunes de Siqueira Flávio Menezes Santana Jennifer Paola Pisso Concha

---

**PIMENTA CULTURAL**  
São Paulo • SP  
+55 (11) 96766 2200  
[livro@pimentacultural.com](mailto:livro@pimentacultural.com)  
[www.pimentacultural.com](http://www.pimentacultural.com)



2 0 2 4

## **PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES**

### **Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc**

**Alessandra Figueiró Thornton**  
*Universidade Luterana do Brasil, Brasil*

**Alexandre João Appio**  
*Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil*

**Bianka de Abreu Severo**  
*Universidade Federal de Santa Maria, Brasil*

**Carlos Eduardo Damian Leite**  
*Universidade de São Paulo, Brasil*

**Catarina Prestes de Carvalho**  
*Instituto Federal Sul-Rio-Grandense, Brasil*

**Elisiene Borges Leal**  
*Universidade Federal do Piauí, Brasil*

**Elizabeth de Paula Pacheco**  
*Universidade Federal de Uberlândia, Brasil*

**Elton Simomukay**  
*Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil*

**Francisco Geová Goveia Silva Júnior**  
*Universidade Potiguar, Brasil*

**Indiamaris Pereira**  
*Universidade do Vale do Itajaí, Brasil*

**Jacqueline de Castro Rimá**  
*Universidade Federal da Paraíba, Brasil*

**Lucimar Romeu Fernandes**  
*Instituto Politécnico de Bragança, Brasil*

**Marcos de Souza Machado**  
*Universidade Federal da Bahia, Brasil*

**Michele de Oliveira Sampaio**  
*Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil*

**Pedro Augusto Paula do Carmo**  
*Universidade Paulista, Brasil*

**Samara Castro da Silva**  
*Universidade de Caxias do Sul, Brasil*

**Thais Karina Souza do Nascimento**  
*Instituto de Ciências das Artes, Brasil*

**Viviane Gil da Silva Oliveira**  
*Universidade Federal do Amazonas, Brasil*

**Weyber Rodrigues de Souza**  
*Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil*

**William Roslindo Paranhos**  
*Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil*

### **Parecer e revisão por pares**

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

# SUMÁRIO

Prefácio .....	11
Apresentação .....	13
Uma outra apresentação sobre a disciplina, a professora, as fortes emoções e os muitos aprendizados .....	15

## PARTE I

CONEXÕES E AFETOS .....	18
-------------------------	----

### CAPÍTULO 1

*Antonio Cleber Zequetto*

<b>Desvendando a cultura contemporânea:</b> reflexões sobre subjetividade e experiências compartilhadas .....	19
---	----

### CAPÍTULO 2

*Jennifer Paola Pisso Concha*

<b>Websites como mundos possíveis de trajetórias netnográficas entre história, memória e identidade das sociedades contemporâneas .....</b>	<b>27</b>
---	-----------

### CAPÍTULO 3

*Flávio Menezes Santana*

<b>Possibilidades metodológicas da pesquisa em Folkcomunicação.....</b>	<b>37</b>
---	-----------

# 3

*Flávio Menezes Santana*

## POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS DA PESQUISA EM FOLKCOMUNICAÇÃO

Dentro do âmbito das Ciências Sociais Aplicadas, o estudo da comunicação produz valor social, cultural e político e tem por garantia lugar de destaque no espaço social por esta constituir-se como um dos direitos fundamentais da humanidade que afeta diretamente a participação e inclusão. Em outras palavras, é uma ferramenta que não se materializa sem o desenvolvimento social, já que sempre foi pensada a partir de conceitos, processos e ritmos próprios em vista à participação, o desenvolvimento e a libertação (RINCÓN, 2018; MARQUES DE MELO, 2015).

Por assim dizer, o estudo da Comunicação se baseia em princípios sociais e depende de métodos e técnicas que ajudam a formular e resolver os problemas das investigações científicas na garantia de que o fazer Ciência da Comunicação não se resume aos limites da universidade e que o seu laboratório é a sociedade. Neste ínterim, o conjunto de procedimentos necessários para a pesquisa, em grande parte de abordagem qualitativa, diz respeito às distinções do conhecimento científico de outras formas de conhecimento e às questões que giram em torno da objetividade e da subjetividade e dos princípios éticos envolvidos no trabalho de todo/toda pesquisador/pesquisadora.

Nesta perspectiva, a escolha de métodos e técnicas para a pesquisa em Comunicação requer, antes de mais nada, analisar a natureza do estudo. No âmbito da Folkcomunicação, única teoria da comunicação legitimamente brasileira, as possibilidades metodológicas estão relacionadas ao seu próprio conceito. No entanto, depois das constantes transformações sociais provocadas pela globalização, sobretudo no limiar do século XXI, faz-se necessário entender melhor quais têm sido os principais procedimentos utilizados nas pesquisas desta disciplina.



S U M Á R I O

## O INTERESSE DE LUIZ BELTRÃO

O pernambucano Luiz Beltrão de Andrade Lima (1918-1986) foi um jornalista, pesquisador e professor brasileiro que se dedicou ao estudo da comunicação brasileira. Foi responsável pela criação do curso de jornalismo na Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), em 1959, um dos primeiros instalados no nordeste do país. Após a formação da primeira turma, em 1963, Beltrão foi responsável por instalar o Instituto de Ciências da Informação (Inciform), primeiro espaço a incentivar o desenvolvimento de pesquisas científicas em Comunicação dentro de uma universidade, com influência do Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina (CIESPAL). Mais à frente, em 1965, idealizou a Revista *Comunicações e Problemas* (C&P)<sup>6</sup>, primeiro periódico científico na área da comunicação no Brasil. Em 1967, se tornou o primeiro doutor em Comunicação do Brasil pela Universidade de Brasília (UnB), com a tese *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de ideias*<sup>7</sup>, que “repercutiu intensamente na comunidade acadêmica nacional e internacional, sendo considerada a mais original das contribuições brasileiras à teoria da comunicação” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 339-340).

Os questionamentos que embasam o interesse do Luiz Beltrão surgem a partir de sua experiência como jornalista e seu engajamento com a qualificação profissional e acadêmica diante do “desapreço” com o qual o jornalismo era tratado, problemas que dificultavam a liberdade de difusão de informação e opinião. Na obra

6 A Folkcomunicação foi abordada pela primeira vez na inauguração da C&P, quando iniciava suas pesquisas a respeito do ex-voto sobre um olhar comunicacional.

7 Inicialmente, somente a segunda parte da tese foi publicada devido ao Decreto-Lei n.º 1077/70, que se direcionava à censura de livros na década de 1970. O livro foi intitulado de “Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”. A tese completa só foi publicada em 2001, pela Editora PUCRS, com o título original. Em 2014 foi lançada sua segunda edição.

*Iniciação à Filosofia do Jornalismo*, o autor investiga o jornalismo, enquanto “atividade essencial à vida das coletividades” (BELTRÃO, 1992, p. 65), para se pensar em metodologias próprias para a difusão de informações a todos os grupos da sociedade. Esse questionamento parte do reconhecimento da isenção do jornalismo que o autor chamou de ortodoxo na realidade dos grupos que não tinham acesso direto aos meios de comunicação.

Quando terminei o primeiro [livro de jornalismo], um fenômeno me apresentou curioso: se o indivíduo é analfabeto, como é que se se forma? Se ele não vai ao cinema e se ele não tem televisão, como é que ele intercambia opinião? (BELTRÃO, 2011, p. 303).

Tanto o trabalho citado (1992) quanto a tese de doutoramento de Beltrão (2001) demonstram que o incômodo do pensador se baseou no jornalismo e na comunicação: 1) a necessidade da qualificação profissional em vista “a eficácia da comunicação coletiva na difusão de conteúdo jornalístico” (FERNANDES *et al.*, 2021, p. 63); 2) a importância da transmissão de mensagens midiáticas para além dos círculos sociais já engajados aos meios.

Tais indagações demonstram o interesse do pesquisador por outras formas de comunicação não ortodoxas, até então negligenciadas pelos comunicólogos (MARQUES DE MELO, 2003), através do folclore e das manifestações populares. Neste aspecto, os estudos evidenciam dois brasis e dois sistemas em confronto, “o sistema da comunicação social, exercido de forma dominante pelos grupos detentores de poder e de capital, e o sistema da folkcomunicação, típico dos inviabilizados desses processos” (FERNANDES *et al.*, 2021, p. 63).

Assim, percebe-se que o objeto da Folkcomunicação está relacionado a noção do folclore enquanto processo dinâmico e feito do povo para o povo (CARNEIRO, 1965); a um público à margem de



S U M Á R I O

duas culturas, uma dominante e outra típica de seu próprio grupo, por isso, marginalizado (PARK, 2017); em um processo de comunicação artesanal e horizontal. Observa-se, portanto, possibilidades metodológicas para o desenvolvimento de um referencial teórico sobre a Folkcomunicação. Para além do jornalismo como fonte inicial de pesquisas de audiência e recepção, dentro do universo da cultura popular, observa-se o potencial dos estudos sobre o folclore desenvolvidos a partir de uma leitura antropológica ou sociológica (SCHMIDT, 2004).

## A AUDIÊNCIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO

No que se refere à natureza e à estrutura do processo, a folkcomunicação é:

[...] um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa (BELTRÃO, 1980, p. 28, grifos no original).

O conceito acima baseia-se em uma estrutura de grupo e na noção dos líderes-comunicadores do processo da Folkcomunicação, baseado no conceito de líder de opinião proposto pelas pesquisas difusionistas norte-americanas de Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (*The People's Choice*), Merton (*Patterns of Influence*) e Katz e Lazarsfeld (*Personal Influence*). Em suma, na perspectiva beltriana, a função dos meios de comunicação é fornecer subsídios para os líderes-comunicadores traduzirem as mensagens para o grupo ao qual pertencem.

S U M Á R I O

Cada agente-comunicador emprega um determinado canal, que, de acordo com suas especificidades, vai dar conta de transmitir suas mensagens. Assim, essa audiência é formada por grupos que, em situação de marginalização social, privados das mensagens disseminadas, não respondem aos apelos dos meios de comunicação, e, em seus espaços sociais, atuam com vocabulário e sintaxe próprios.

- 1) **os grupos rurais marginalizados**, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
- 2) **os grupos urbanos marginalizados**, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
- 3) **os grupos culturalmente marginalizados**, urbanos ou, que representam contingentes de contestação aos princípios, ou a estrutura social vigente (BELTRÃO, 1980, p. 40, negrito no original).

Este último grupo foi subdividido em: messiânico, político-ativista, erótico-pornográfico, grupos “[...] que podem ter acesso a esses meios [meios de comunicação], mas quando o fazem, mantêm as características de sua cultura e não a da sensibilidade típica dos veículos massivos” (FERNANDES *et al.*, 2021, p. 64), um tensionamento que, embora percebido, não foi explorado.

Portanto, Beltrão (1992, 2001, 1980) utilizou diferentes paradigmas e teorias, a partir de métodos e técnicas adequadas aos estudos comunicacionais que abrangem emissor, receptor, canal e efeitos (CASTELO BRANCO, 2013). Sobre isso, é importante considerar que a noção de marginalidade apresentada por Beltrão (1980) nos ajuda a entender, identificar e definir os grupos que fazem parte da audiência folk. No entanto, é necessário levar em consideração maiores questionamentos a respeito da prática midiática massiva e do quanto esses grupos são constantemente mal representados

nos espaços midiáticos a partir de uma lógica capitalista dominante (SANTANA, 2020).

Para isso, é necessário aprofundar o entendimento da estrutura social vigente e pensar em novas ferramentas metodológicas para que não se perpetue a invisibilização de tais grupos nas próprias pesquisas científicas. É a partir desta perspectiva que se observa o potencial da teoria como uma própria metodologia transdisciplinar (SCHMIDT, 2004), já que é primordial se ater à noção da perspectiva social em torno das atualizações e recentes contribuições da Sociologia, da Geografia, da História e das Ciências Políticas, que aportam na compreensão do processo de desenvolvimento social e marginalização.<sup>8</sup>

Para a coleta de dados empíricos, destaca-se a observação participante como técnica primordial para a pesquisa folkcomunicação. Conforme Ecléa Bosi (1979), a observação participante é a mais completa dos fenômenos. “Uma pesquisa é um compromisso afetivo, um trabalho ombro a ombro com o sujeito da pesquisa. E ela será tanto mais válida se o observador não fizer excursões saltuárias na situação do observado, mas participar de sua vida” (BOSI, 1979, p. 2).

Conforme o próprio Beltrão: “[...] eu convivia com eles [grupos marginalizados], sentia os seus problemas e isso me levou, aos poucos, a entender certas linguagens, certos modismos, certas expressões que, talvez, escapasse a outro desprevenido” (BELTRÃO, 2011, p. 301-302). Ou seja, a pesquisa exige que se tenha “[...] uma

8 Sobre isso, é importante considerar que a pesquisa de Luiz Beltrão apresenta algumas problemáticas epistemológicas, já que utiliza conceitos marxistas e tinha como linha investigativa o funcionalismo e o difusionismo norte-americano. Por considerar o ‘desvio ideológico’ e uma certa confusão de ordem epistemológica (AMPHILO, 2013), entende-se que as pesquisas posteriores não só se utilizam de ambas as vertentes ideológicas utilizadas por Beltrão como também se isentam de resolver esse problema epistêmico. Para um melhor esclarecimento, sugere-se a leitura da tese de lury Parente Aragão (2017).

compreensão sedimentada no trabalho comum, na convivência, nas condições de vida muito semelhantes” (BOSI, 1979, p. 2).

Essa observação participante serviu de base para o mapeamento e a delimitação de técnicas de coleta de dados. Destacam-se, então: 1) pesquisa bibliográfica específica; 2) pesquisa bibliográfica histórica e contextual; 3) pesquisa documental; 4) entrevistas e coleta de depoimentos; 5) análise (ARAGÃO, 2015).

## A NOVA ABRANGÊNCIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO

No limiar do século XXI, as questões que envolvem o cruzamento entre o popular e o moderno permitiu que a Folkcomunicação, ao contrário do que muitos acreditavam, expandisse seu arsenal teórico-metodológico e pudesse enxergar como se estabelecem e as interações simbólicas, a partir de uma apropriação cultural dos conteúdos de caráter popular nos meios de comunicação de massa. Esse avanço é fruto de pesquisadores que seguiram com os estudos na área, em consideração, principalmente, ao próprio criador da teoria que antecipadamente indicou que seu trabalho ainda possui algumas questões não acabadas e que essa responsabilidade caberia aos próximos estudiosos que se propusessem a levá-la adiante (BELTRÃO, 2011).

A ampliação, especificamente, se dá a partir da abrangência proposta por Roberto Benjamin (2000), que é recorrente na observação da coexistência e confronto dos dois sistemas de comunicação anteriormente apresentados: o sistema de comunicação e as redes informais de comunicação popular. Ou seja, “as manifestações da mídia (cultura de massa) que adotam, em sua difusão, os



S U M Á R I O

elementos simbólicos e o universo linguístico da cultura popular” (CASTELO BRANCO, 2013, p. 1005).

A nova abrangência reconhece: 1) a comunicação interpessoal e grupal ocorrente na cultura folk; 2) a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa; 3) a apropriação das tecnologias da comunicação de massa (e outras) e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk; 4) a presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk; 5) apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita; e 6) a recepção da cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa (BENJAMIN, 2000).

Por esta perspectiva, Osvaldo Trigueiro (2006; 2018) observa novas possibilidades de pensar as diferentes mediações presentes na recepção a partir das constantes interações da comunicação midiática e os bens culturais e seus impactos à vida cotidiana. Percebe-se que na atualidade a recepção tem papel ativo no processo de comunicação e, portanto, é propícia a questionar as mensagens dos meios de comunicação através de estratégias de leitura dos bens simbólicos e do uso dos bens materiais que provocam conflitos nas negociações entre o local e o global. Tal processo resulta na hibridação que ora estimula, ora desestimula o seu consumo.

É neste campo de constante negociação que se encontra o ativista midiático, aquele agente que age em prol do interesse pessoal e/ou coletivo do grupo social ao qual pertence, na formatação e inserção dessas práticas simbólicas e materiais em seu cotidiano (TRIGUEIRO, 2006; 2008; 2018). Denominou-se, então, de ativista midiático folkcomunicacional o intermediário cognitivo entre os produtores de cultura e os consumidores que cumpre o papel no processo de mediação com o objetivo de suprir deficiências de suas realidades por meio da apropriação e do uso da cultura midiática. Este indivíduo



S U M Á R I O

[...] opera em esferas diferentes do campo de interesse, da mídia hegemônica, inventa novas interações socioculturais de convivências entre as tradições locais e a vida moderna como forma de estar sempre atualizado com o que acontece no mundo de fora, com visões dos muitos lugares (TRIGUEIRO, 2008, p. 143).

Além do ativismo, aspectos da resistência cultural na sociedade globalizada e os avanços teóricos e metodológicos passaram a ser sistematizados e ganharam terminologias que demarcam a configuração da disciplina: folkmídia, folkturismo, folkmarketing e folkpolítica. Metodologias específicas foram sistematizadas e aplicadas em estudo sobre imagens do Natal e do Carnaval na mídia impressa, os processos comunicacionais das festas populares, a comunicação dos pagadores de promessas, entre outras (MARQUES DE MELO, 2008; FERNANDES; SANTANA, 2020).

A noção de uma sociedade capitalista em constante mutação, como já dito, é primordial para toda pesquisa comprometida com as Ciências Sociais. Diante do processo de globalização e de uma economia mundializada (MORAES, 2010), os meios de comunicação disseminam novos formatos direcionados a públicos específicos. As problemáticas da comunicação dentro do âmbito cultural, segundo Martín-Barbero (2015), partem de analisar o modo como as transformações, causadas pelo avanço global, afetam a experiência popular.

Os efeitos da industrialização capitalista sobre o quadro de vida das classes populares são visíveis. E vão mais longe do que as burguesias talvez esperassem. É toda a trama social que se vê afetada, transbordada do seu leito por movimentos de massas que põem em perigo “os pilares da civilização” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 52-53).

Tais avanços demonstram a importância significativa da teoria beltraniana e suas possibilidades metodológicas de enxergar não só processo de marginalização social, mas também como os



S U M Á R I O

dois sistemas coexistem e se confrontam. Nas palavras de Hohlfeldt (2013, p. 877), a Folkcomunicação é definida como

O estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Merece destaque também a tentativa de Marques de Melo (2008; 2013) de classificar os “gêneros e formatos,” ainda inacabada, segundo o próprio autor, à espera de novas contribuições. Entende-se, principalmente, que no processo de folkcomunicação “a informação, transmutada em opinião, processa se através da sátira, da crítica, da caricatura e dos símbolos, nos quais se incluem os folguedos, autos populares, a pintura, entre outras manifestações populares” (CASTELO BRANCO, 2013, p. 1007). Ou seja, à medida que a sociedade se modifica, os processos de comunicação se aperfeiçoam e novos objetos podem ser entendidos a partir da ótica folkcomunicacional.

Em um estudo anterior, Santana e Fernandes (2021) analisaram teses e dissertações disponíveis na plataforma Sucupira (Capes) que tratam sobre a teoria. A análise quanti-qualitativa se baseou nos resumos e investigou os objetos empíricos e sua articulação com a teoria beltraniana. Percebe-se que, gradativamente, as interfaces entre a cultura popular e a midiática têm ganhado mais intérpretes, embora os objetos tradicionais continuem a ser pesquisados. A mesma pesquisa demonstrou também que, no que se refere à abordagem, geralmente a pesquisa qualitativa é a mais utilizada. Em relação aos métodos, destacam-se a pesquisa etnográfica, o estudo de caso, o estudo de campo e a análise sistemática de literatura. As técnicas, a pesquisa bibliográfica e documental, a aplicação de questionários e entrevistas semiestruturadas e a observação participante.

## REFLEXÃO FINAL

Por fim, frente ao pensamento científico colonial no âmbito da cultura e da comunicação, da clareza da invisibilização dos estudos voltados às manifestações tradicionais locais e regionais, impostos pela ciência moderna, a Folkcomunicação torna-se alternativa para se pensar em propostas de “reconhecer as singularidades dos pensadores regionais ou nacionais que os precederam, legando-lhes contribuições inovadoras ou problematizantes” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 43). Esta ideia, neste aspecto, propõe uma metodologia específica, em crítica às diferenças entre os marcos teóricos e a realidade estudada, já que recorrentemente as nações do sul têm utilizado de teorias e conceitos inadequados na busca de desafios e soluções.

## REFERÊNCIAS

AMPHILO, Maria Isabel. Fundamentos epistemológicos da folkcomunicação. *In*: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013. p. 982-993.

ARAGÃO, Iury Parente. **A construção de um santo popular**: caso Motorista Gregório. Teresina: Ed. UFPI, 2015.

ARAGÃO, Iury Parente. **Elos teórico-metodológicos da folkcomunicação**: retorno às origens (1959-1967). 2017. 251f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Paulo, 2017.

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

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: ECA-USP, 1992.

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

S U M Á R I O

BELTRÃO, L. Folkcomunicação e classes sociais (Entrevista para a Revista Intercom). *In*: MARQUES DE MELO, José; MORAIS, Osvando. J. (org.). **Vozes da distensão e transição: o debate político na sociedade**. São Paulo: Intercom, 2011. p. 287-306.

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Ed. UFPB, 2000.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembranças de velhos**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1975.

CARNEIRO, Edson. **Dinâmica do folclore**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2008.

CASTELO BRANCO, Samantha. Possibilidades metodológicas na Folkcomunicação. *In*: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013. p. 1003-1021.

FERNANDES, Guilherme M.; SANTANA; Flávio M. A atualidade da pesquisa e do interesse sobre Folkcomunicação. *In*: BIANCO, Nélia. R. D.; LOPES, Rui. S. (org.). **O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas**. São Paulo: Socicom Livros, 2020. p. 237-265.

FERNANDES, Guilherme M. *et al.* Folkcomunicação e resistência: elementos de uma práxis informacional. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 20, n. 38, p. 60-71, set./dez. 2021.

LAZARSFELD, P. Os meios de comunicação de massa e a influência pessoal. *In*: SCHRAMM, W. *et al.* **Panorama da comunicação coletiva**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1964. p. 87-96.

MARQUES DE MELO, José. **História do pensamento comunicacional: cenários e personagens**. São Paulo: Paulus, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MARQUES DE MELO, José. Taxinomia da Folkcomunicação. *In*: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013. p. 1022-1026.

MARQUES DE MELO, José. Políticas públicas de comunicação: desafios brasileiros na era digital. *In*: SCHMIDT, Cristina *et al.* **Mídia e políticas culturais**. São Paulo: Ícone, p. 52-64, 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MORAES, Dênis de. O capital da mídia na lógica da globalização. *In*: MORAES, Dênis de. (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010. p. 187-216.

PARK, Robert E. A migração humana e o homem marginal. Trad. Mauro Guilherme Pinheiro Koury. **Sociabilidades Urbanas – Revista de Antropologia e Sociologia**, v. 1, n. 3, p. 114-123, nov. 2017.

RINCÓN, O. Mutações bastardas da comunicação. **MATRIZES**, n. 12, v. 1, p. 65-78. 2018.

SANTANA, Flávio Menezes. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju**: uma análise folkcomunicação. 2020. 311f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.

SANTANA, Flávio; FERNANDES, Guilherme. M. A pesquisa sobre folkcomunicação na pós-graduação (2000-2020). *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021, Recife. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2021.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação uma metodologia participante e transdisciplinar. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 2 n. 3 p. 1-8, jan./jun. 2004.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. O ativista midiático da rede folkcomunicação. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 4, n. 7, p. 1-13, jan./jun. 2006.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A folkcomunicação no contexto da sociedade globalizada: do líder de opinião ao ativista midiático. *In*: MARQUES DE MELO; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira (orgs). **Luiz Beltrão**: Pioneiro das Ciências da Comunicação. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB / INTERCOM, 2008. p. 139-148.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Os agentes intermediários culturais e os processos de atualização na folkcomunicação, **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 16, n. 37, p. 84-100, jul./dez. 2018.