Comunicação e Regionalidades

Antonio Carlos Sardinha
Marli Barboza da Silva
Edileusa Gimenes Moralis

UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso
- Unemat Editora -

UNEMAT EDITORA

Unemat Editora
Editor: Agnaldo Rodrigues da Silva
Revisão: Elair de Carvalho
Diagramação: José Roberto Mercado
Capa: Lawrenberg Advíncula
Capa Final: José Roberto Mercado

Copyright@2013/Unemat Editora
Impresso no Brasil

Conselho Editorial:
Agnaldo Rodrigues da Silva (Presidente)
Marco Antonio Camilo Carvalho
Célia Alves de Souza
Eliane Ignotti
Eloísa Salles Gentil
Fabrício Schwanz da Silva
Geovane Paulo Sornberger
Aroldo José Abreu Pinto
Márcia Helena Vargas Manfrinato
Luiz Juliano Valério Geron
Adriano Aparecido Silva
Dionei José da Silva

CIP – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

S244c Sardinha, Antonio Carlos.
Comunicação e regionalidades/Antonio Carlos Sardinha, Marli Barboza da Silva, Edileusa Gimenes Moralis (orgs). Cáceres: UNEMAT Editora, 2013.
392p.

ISBN 978-85-7911-078-8
Sistesma requerido: Adobe Acrobat Reader (ou similiar).
Livro eletrônico.

1. Linguagem. 2. Línguas. 1. Silva, Marli Barboza da (org).II.Moralis, Edileusa Gimenes (org.).

CDU 81(817.2)

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Luiz Kenji Umeno Alencar - CRB1 2037

UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso
- Unemat Editora -

UNEMAT EDITORA

Unemat Editora
Avenida Tancredo Neves nº 1095 - Cavalhada
Fone/fax: (0xx65) 3221-0077
Cáceres-MT – 78200-000 - Brasil
E-mail: editora@unemat.br

Todos os Direitos Reservados. É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Lei n° 5610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Folkcomunicação e um balanço parcial dos seus estudos no campus universitário de Alto Araguaia

Lawrenberg Advíncula da Silva

Delineamentos gerais

Desde a primeira incursão à Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação –, que culminou na participação da XI Conferência Brasileira de Folkcom[6] em Ilhéus na Bahia, datado no ano de 2010 na Universidade Estadual Santa Cruz (UESC), cujo tema era "Esteja a gosto: Sabores e saberes populares"[7], o termo folkcomunicação ainda permanecia pouco conhecido entre alunos e professores do campus universitário de Alto Araguaia, localizada ao sudeste do estado de Mato Grosso, mais precisamente a 426 km de sua capital, Cuiabá. Após uma breve consulta entre trabalhos monográficos concluídos e inúmeras publicações científicas já feitas no curso de jornalismo, desde o ano de 2006 (ano da criação do curso de jornalismo no campus universitário de Alto Araguaia), foi verificado que as referências de autores, de abordagens metodológicas e de títulos, gêneros e formatos relacionados, enfim; eram praticamente nulas para considerar a folkcomunicação uma teoria genuinamente brasileira, em face do predomínio latente de autores estrangeiros.

Numa comparação com os estudos de Comunicação Social, a folkcomunicação diferencia-se, conforme Luiz Beltrão (1980: 40), primeiro Doutor em Comunicação no Brasil e pioneiro da teoria folkcomunicacional, por apresentar um mundo: "em que

[6] A XI Conferência Brasileira de Folkcomunicação foi coordenada pelo professor Marcelo Oliveira Pires, atual presidente da Rede Folkcom. O evento, realizado entre os dias 8 a 10 de novembro de 2010, contou com a presença dos presquisadores: José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Betânia Maciel, Osvaldo Meira Trigueiro, Cristina Scmidht, Fábio Rodrigues Corniani, entre outros.

[7] Nesse evento expus um artigo intitulado "Tradição e cosmopolitismo na culinária popular em Cuiabá: uma abordagem folkcomunicacional", em co-autoria com o professor do Programa de Mestrado de Estudos da Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT), Yuji Gushiken.

palavras, signos gráficos, gestos e atitudes, linhas e formas mantem relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade." Trata-se de uma perspectiva teórica que expressa e sintetiza as transformações socioeconômicas pelas quais sofreram as culturas populares na sua relação dialética com o materialismo histórico do século XX. E que, na história recente de um país latino-americano como o Brasil, reflete a condição de ampla desigualdade econômica e de intensas diferenciações culturais existentes, seja em se tratando das disparidades crônicas entre letrados e não-letrados, ou mesmo, da clivagem acinzentada entre "alta cultura" (culta, erudita, formal) e "baixa cultura" (popular, informal, prosaica). O que invariavelmente depreende o caráter heterogêneo e plural da cultura brasileira, enquanto "resultante de múltiplas interações e oposições no tempo e no espaço" (BOSI, 1977: 16).

Historicamente a folkcomunicação sempre caminhou em vias contrárias ao funcionalismo sociológico como modelo teórico adotado pela grande maioria das escolas norte-americanas de comunicação (Escola de Palo Alto, Austin-Texas, etc). Desde os seus primeiros esboços na década de 1960, quando tivemos a publicação de um artigo sobre ex-voto enquanto veículo jornalístico, de autoria de Beltrão na revista Comunicações & Problemas (a.1, março, 1965), havia uma preocupação premente em se estudar os agentes comunicadores situados de fora do sistema convencional das mídias e as modalidades que esses adotavam para transmissão de sua mensagem.

O seu objeto teórico-metodológico, de abordagem inter, trans e multidisciplinar, sempre se enquadrou na fronteira – hoje bastante tênue – entre "o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão industrial de símbolos, por meio de meios mecânicos ou eletrônicos, destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas)." (MELO, 2008: 17) E, pode-se dizer, tendo como mote as

compilações de Mauro Wolf, Armand e Michele Mattelárt acerca das teorias de comunicação, que o seu recorte em si perpassa a abrangência temática da pesquisa em comunicação e, propriamente, do ethos profissional da mídia de massa, na medida em que seu campo de investigação não se reduz tão-somente às práticas comunicacionais legitimadas profissional e socialmente da publicidade, do jornalismo, das relações públicas e do rádio & televisão.

Ao longo dos primeiros trabalhos de mapeamento epistemológico e de catalogação de objetos e metodologias em folk, em sua maioria de viés simultaneamente folclórico e massivo, e todos resultantes das investidas visionárias de Beltrão e, *a posteriori,* de seus discípulos, organizar-se-ia uma tabela de tipologias folkcomunicacionais de cunho taxonômico que, semelhante a um tratado, respaldaria a teoria folkcomunicacional na compreensão dos fenômenos da comunicação popular. Conforme Melo (2008: 91), numa leitura realmente atualizada de Beltrão, esses fenômenos seriam compreendidos na tabela através "de um conjunto de manifestações simbólicas determinadas da combinação de canal e da audiência, posteriormente dividindo-se nos gêneros: oral, visual, icônico e cinético".

Além dos gêneros folkcomunicacionais, haveria os formatos[8], compreendidos como estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor); e também os tipos[9], que seriam a variação

[8] De acordo com José Marques de Melo (2008:91), em sua obra Mídia e cultura popular, a folkcomunicação oral pode ser nos formatos de: canto, música, prosa, verso, colóquio, rumor, tagarelice, zombaria, passatempo, reza. A folkcomunicação visual pode ser: escrito, impresso, mural ou pictográfico. A folkcomunicação icônica pode ser: devocional, diversional, decorativo, nutritivo, bélico, funerário, utilitário. E a folkcomunicação cinética pode ser: agremiação, celebração, distração, manifestação, folguedo, festejo, dança, rito de passagem.

[9] Também de acordo com Melo (Op. Cit.), além dos formatos, pode se apresentar em tipos como: abaixo-assinado, amuleto, apelido, baião, bendito, boneco de barro, brinquedo, canto de trabalho, cantoria, choro, comício, embolada, ex-voto, fofoca, forró, funk carioca, lenda, literatura de cordel, presépio, rap paulista, santinhos de propaganda, tatuagem, trova, vaquejada e xilogravura.

estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção (Op. Cit.).

Em certa medida, a classificação proposta em gêneros, formatos e tipos, todos relacionados majoritariamente ao cotidiano das camadas populares e sob fins comunicacionais, denominados de tipologias folkcomunicacionais numa acepção de Melo (2008), evidencia, de forma direta e indireta, o estilo de vida prosaico e vivenciado pelo homem médio exposto pelo filosofo espanhol Ortega y Gasset (1987), na sua obra "Rebelião das massas", através de uma relação paradoxal entre o homem e as benesses da vida moderna. O que consequentemente sugere uma condição disjuntiva de sujeito social e cultural, que interage de maneira assimétrica com os pressupostos alavancados pelo discurso da modernidade, tão intensamente decantado na história do Ocidente.

Mas certamente, ao mencionar este modo de vida do homem médio, estivéssemos vislumbrando um imagético de homem brasileiro enxergado através do protagonismo de suas mediações simbólicas e cotidianas – isto incluindo toda e qualquer manifestação de locução, interlocução e vinculação social –, enquanto "reinventoras do cotidiano" (CERTEAU, 1994) e, principalmente, de legitimação política, à contrapelo da narrativa urbana de um país tardiamente industrializado. Do mesmo modo que podemos vê-lo retratado em inúmeras versões no cinema de Glauber Rocha, no jornalismo literário de Euclides da Cunha, ou na música de Luiz Gonzaga, isto só para citar alguns entre muitos outros grandes nomes da cultura brasileira. Ou, muitas vezes, "descoberto" em atrações televisivas de forte apelo popularesco, como se podia notar no antigo quadro Central da Periferia, apresentado por Regina Casé e, principalmente, nas matérias do quadro "Me leva Brasil", reportadas de maneira descontraída pelo jornalista Mauricio Kubrusly, ambos do programa Fantástico da rede Globo.

Observa-se, em um determinado momento da leitura dos textos folkcomunicacionais, em especial, da obra "Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados" de Beltrão (1980), acerca do entendimento dos grupos marginalizados em suas relações tensionadas com os sistemas comunicativos, o resgate – e reforço – da imagem do brasileiro esperto, do "velho jeitinho" brasileiro, assim qualificado, por um rol de antropólogos e sociólogos, pelo uso da astúcia e da inventividade em detrimento dos saberes institucionalizados 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 alto[10].

Entretanto, e ao mesmo tempo, é imprescindível o registro que: esta percepção de homem brasileiro, com sua expertise adquirida de sua vivencia cotidiana, mais acuse um Estado negligente e um sistema social combalido, ao passo de desencadear uma retórica sólida de reinvindicação 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.

Esse homem brasileiro dotado de uma inteligência simplória, mas não menos relevante às outras formas de inteligência convalidadas pelo conhecimento científico, que, da metade do século XX aos dias atuais, acabou construindo um texto autêntico de modernidade e contemporaneidade, senão à revelia dos valores preconizados por essas, ao potencializar a sua capacidade de intervenção social via ativismo midiático, termo esse cunhado pelo professor Osvaldo Trigueiro (2007), emancipa-se da figura do homem industrial, que, de maneira funcional – e

[10] 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.

existencial – e aguçada, fizera-se retratado em filmes como "Tempos modernos" de Charles Chaplin e "*Easerhead*" de David Lynch.

Afinal de contas, não é de se duvidar que: a modernização brasileira, marcada entre as décadas de 1960 e 1970 e sob os intentos da ditatura 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 novos atores sociais nos sistemas comunicativos contemporâneos.

No âmbito das ciências da comunicação no Brasil e na América Latina, os estudos em folkcomunicação sugerem um olhar mais caloroso ao 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.

O campo da folkcomunicação

No Brasil, a folkcomunicação tem avançado teórico e metodologicamente a passos largos: ao conquistar cada vez mais

espaços no cenário da pesquisa latino-americana e global, e no momento que, expande e consolida-se enquanto disciplina acadêmica no âmbito das faculdades de comunicação social no país (BENJAMIN in SCHMIDT, 2006: 59). E isso se deve, não por acaso, ao papel desempenhado pela Rede Folkcom de pesquisa, uma organização não governamental que, desde sua criação durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo em 1995, vem contribuindo diametralmente no fortalecimento do pensamento comunicacional de Beltrão, a partir do momento que, entre as inúmeras atribuições de uma entidade científica hoje de amplitude nacional e internacional: estimula as atividades desenvolvidas por seus pesquisadores e fomenta anualmente, pelo menos dois eventos científicos.

Atualmente a rede Folkcom, sob a presidência do professor Marcelo Pires de Oliveira, vinculado ao departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Santa Cruz em Ilhéus na Bahia, e contando oficialmente com 55 filiados, faz-se atuante através de: um periódico científico, a revista Internacional de folkcomunicação, vinculada ao programa de pós-graduação de comunicação da Universidade estadual de Ponta Grossa no Paraná (UEPG-PR); um periódico mensal que é o informativo da rede produzido pela liderança jovem Guilherme Fernandes, vinculado à Universidade Federal de Juiz de Fora em Minas Gerais (UFJF); um blog oficial da rede sob a responsabilidade do jovem pesquisador Iuri Parente; um website a ser acessado no endereço www.redefolkcom.org.br; núcleos de pesquisa nos principais congressos científicos em Comunicação, entre eles, os da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Confederação Iberoamericana em Comunicação (CONFIBERCOM) e da Associação Latino-Americana de Investigação em Comunicação (ALAIC), além, é claro, de organizar anualmente uma conferência nacional, que

nos últimos anos tem buscado contemplar todas as regiões brasileiras.

A rede Folkcom, de acordo com seu estatuto, que é disponibilizado no site www.redefolkcom.org.br, tem por objetivos:

1) Delinear o campo da Folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;

2) Compreender o contexto da Folkcomunicação a partir da localização: do homem, da festa, da culinária, do artesanato, da música, da religião, da arquitetura, do trabalho, etc;

3) Realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmidiáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, o público que se destina.

4) Intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados à Rede Folkcom e com novos pesquisadores e outras entidades de pesquisa, inclusive internacionais;

5) Promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;

6) Divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

Entre seus principais interlocutores, a maioria discípulos diretos de Luiz Beltrão, merecem destaque o professor José Marques de Melo (presidente de honra do INTERCOM) e Roberto Benjamin, com textos atualizados que traçam um panorama conceitual e assinalam para novas concepções. Também um importante grupo de pesquisadores da região nordeste brasileira vem conduzindo com pujança o legado de Beltrão, na qual destaco: Osvaldo Trigueiro, Severino Lucena, Luiz Custódio, Betânia Maciel

(vencedora do Prêmio Luiz Beltrão 2012, na categoria liderança emergente) e Marcelo Oliveira.

Na região Sudeste, somam-se os nomes como da professora Cristina Schmidt, Alfredo Dias D´Almeida, Maria Cristina Gobbi – também diretora da Cátedra Unesco-Metodista –, Fábio Corniani, José Carlos Aronchi, Sebastião Breguez e o jovem Guilherme Fernandes. Ao Sul, a jornalista Karina Janz Woitowicz, coordenadora da revista Internacional em Folkcomunicação, além dos professores Sérgio Gaddini e Antônio Hohlfedt (presidente do INTERCOM) fortalecem a Rede Folkcom. Enquanto no Centro-Oeste e Norte do Brasil, temos nomes como da professora Marlei Sigristi, Wolfgang Teske e Yuji Gushiken.

Fora do Brasil, a pesquisa em folkcomunicação tem rompido fronteiras e atingido países da América Latina e da Europa, assim possibilitando novos desdobramentos na inteligibilidade dos fenômenos comunicacionais em seu diálogo com o popular e o folclórico. Entre os pesquisadores mais renomados do exterior, deve-se destacar o mexicano Jorge Gonzalez, autor de livros como "A sociologia de las culturas subalternas" (1990) e "Más (+) Cultura(s)" (1994) e o português Carlos Nogueira.

Mas o que é, afinal, folkcomunicação?: tecendo conceitos e definições

Provavelmente uma das definições mais clássica e plausível de folkcomunicação seja a do seu pioneiro, o jornalista Luiz Beltrão (2001: 73), ao conceituá-la 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, 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)

Ambas as definições, muito semelhantes entre si, nascem de uma reformulação da teoria do fluxo comunicacional em duplo estágio (two-step-flow) do sociólogo americano Paul Lazarsfeld, que, na década de 1940, analisou o grau de influência desempenhado no processo comunicativo pelos líderes de opinião, assim caracterizados por pessoas bem informadas, com instrução e que inspiram confiança. Para Beltrão (1980: 32), a presença dos líderes de opinião ampliava o processo comunicativo em múltiplos estágios que compreendem*: "*meios, líderes com seu grupo mais íntimo, líderes com outros líderes e, afinal, com a grande audiência folk".

No processo comunicativo beltraniano, numa ponta estaria o sistema de comunicação massiva; na outra, os receptores das mensagens midiáticas, a audiência folk; e no meio, teríamos o mediador, os líderes de opinião, denominado de folkmidiático (MELO, 2008).

MCM - Meios de comunicação de massa
MCF - Meios de comunicação de Folk

Gráfico.1: Esquema do sistema comunicativo de Beltrão.

Através desse sistema comunicativo, Beltrão valida o seu pensamento comunicacional acerca da comunicação popular na condição de intermediadora entre a cultura das elites (erudita e massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais e urbanas): ao destacar as festas, os folguedos, os repentes, a literatura de cordel; como recodificadores das mensagens da mídia. Assim como reitera a importância do folclore enquanto forma grupal de manifestação cultural protagonizado pelas classes subalternas.

O termo folkcomunicação foi inicialmente introduzido por Luiz Beltrão, mas, etimologicamente analisando, é uma derivação de folk, prefixo inglês da palavra folclore e que invariavelmente remete a palavra povo. Por esse viés, e pegando carona com o folclorista Luís de Câmara Cascudo[11] (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".

Essa folkcomunicação quando midiatizada também adquire a conotação de folkmídia, que, conforme o professor Joseph Luyten (2002b), em uma propositura feita no V Folkcom, realiza um caminho inverso ao observar como os produtores da cultura popular vão usar elementos da cultura de massa, tal como o modo pela qual os sujeitos dos meios de comunicação (re)interpretam e recodificam esses elementos.

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

[11] Luis da Câmara Cascudo tem seu reconhecimento nacional e internacional como o folclorista brasileiro. Advogado por formação, lecionava folclore na Universidade Federal do Rio Grande do Norte no curso de Direito Internacional. Tem uma produção bibliográfica de cerca de 150 livros sobre os mais variados assuntos. Escrevia livros, artigos, e escreveu uma coluna diária no jornal "A República" durante cinqüenta anos[5]. Sem dúvida foi um dos grandes intelectuais nordestinos de sua geração, mostrando-se um estudioso apaixonado pelo Brasil, pelo Nordeste e muito particularmente pelo Rio Grande do Norte e a cidade de Natal, que sempre aparecem como foco privilegiado de seu trabalho e pela cultura popular do país, preferencialmente analisada a partir de sua experiência de vida e lugar de inserção. Disponível em: www.historiaecultura.pro.br/modernosdescobrimentos/desc/cascudo/cascudometodos. Acesso em 20/06/2012.

> mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural.

Os estudos da folkcomunicação, não negando as influências dos estudos culturais britânicos e da perspectiva gramsciana acerca de hegemonia e dominação, reconhecem a capacidade política das camadas populares em resistir à ordem cultural industrial, acusando também, assim como Raymond Williams e Edward Thompson assim 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, 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, que 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.

Por trás desses procedimentos comunicacionais, à guisa de uma dimensão política, 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, o que redimensiona o lugar-comum ocupado pela parcela marginalizada da população, logo identificados de grupos marginalizados por Beltrão (1980). Esses agentes folkcomunicacionais, segundo Schmidt (2006, p.14), "atualizam-se midiaticamente, uma vez que a sociedade de classes perdura marginalizando vários segmentos sociais".

Esta mesma perspectiva tende a conceber ao mundo cultural das camadas populares um protagonismo de fato, e, mais do que isso, em evidenciar incisivamente um estado constante de enfrentamento cultural, independentemente do nível de modernização que estejam envolvidas essas camadas marginalizadas. O mesmo enfrentamento cultural que o mexicano Jorge González (1990, 1994) propunha estudar como um embate entre classes hegemônicas e subalternas, sob o intuito de ascender relações, tensões, processos e produtos de comunicação.

Não muito distante de González, Jesús Martin-Barbero (2009: 315), renomado pesquisador latino-americano, afirmava que esse enfrentamento cultural era "um espaço onde as classes sociais se encontram – compartilham significantes – e lutam por e a partir de significados diferentes, para dotar a festa de sentido".

No campo da folk, estes enfrentamentos culturais adquirem a moldura de novos canais de informação além dos meios de Comunicação tradicionais. Isto porque, referendando em Melo (2008), nota-se que "as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço" (2008: 57-58). E eis que surge a folkcomunicação enquanto: um mecanismo que se apossa de táticas hegemônicas para atuar sentido às margens, promovendo mecanismos, práticas e saberes de uma comunicação iminentemente popular e possível para todos. Aproximando-se da postura de mídia defendida por John Downing (2002: 1), ao expor uma mídia "que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas". E tornando-se uma comunicação possível e acessível a todos, assim parafraseando ao discurso do estudioso Juan Diaz Bordenave[12] durante a abertura do XII Congresso da

[12] Juan E. Díaz Bordenave é agrônomo, Mestre em Jornalismo Agrícola pela Universidade Wisconsi e PhD em Comunicação pela Universidade do Estado de Michigan, ambas nos EUA. Ele escreveu muitos livros, entre eles, estão: Estratégias de ensino-aprendizagem; Além dos meios e mensagens e O que é comunicação.

Associação Latinoamericana de Investigação em Comunicação (ALAIC), no dia 09 de maio de 2012, em Montevidéo, Uruguai.

Alto Araguaia: um campo potencial nos estudos da folk

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 matriz, localizada no Centro, aos aspectos idiossincráticos da gastronomia, que, em muitos pratos à base de "queijo cabacinho"[13] e pequi, evidenciam a hibridização cultural de elementos goianos com mato-grossenses. Ao longo da avenida principal, Carlos Hugueney, o 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 multimidialidade, 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.

Historicamente a cidade de Alto Araguaia possui 75 anos de emancipação política, tendo como grande mote de seu povoamento a presença de jazidas de diamantes, que culminou posteriormente no épico conflito entre duas das mais tradicionais famílias da sua região: Morbeck e Carvalhinho. De lá para cá, a cidade passou por um crescimento econômico e social, atraindo empresas, multinacionais e fluxos humanos de diversas partes do Brasil, e atualmente, ocupa uma posição geopolítica privilegiada. Afinal de contas, há uma rodovia federal, a BR 364,

[13] Queijo caseiro feito em forma de cabaça.

que escoa quase toda a produção agrícola do estado de Mato Grosso para o resto do país. Além disso, é de se destacar o rio Araguaia, que alavanca consideravelmente a demanda turística da região, de acordo com a secretária adjunta do Departamento de Turismo, Maria Eugênia Silva Ribeiro. 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.

As referências de Alto Araguaia são amplas e variadas, aludindo desde sua localização geográfica ao fato mesmo dela comportar um campus universitário. Trata-se do campus da Universidade do Estado de Mato Grosso[14], instituição que se caracteriza pela sua política de interiorização do ensino e de inclusão social. Numa breve 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. 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. Nas mediações e periferia, há o rio Araguaia e seu afluente, o rio Boiadeiro, que, ao longo de seus trajetos, oferecem uma variedade de quedas d´água e cachoeiras: ingredientes precípuos para alimentar uma forte relação mitopoética entre alguns lugares da cidade e os moradores mais antigos.

Caso mude de idéia e prefira acessar a internet, as referencias mais encontradas estão no site de vídeos do Youtube (www.youtube.com) e no próprio site da Google (www.google.com.br), com informações geralmente associadas

[14] Mais informações da Universidade do Estado de Mato Grosso: www.unemat.br.

às multinacionais, à linha ferroviária Ferronorte, ao campus universitário e sua produção acadêmica.

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, houve um relevante progresso no que tange o aprofundamento da teoria folkcomunicacional, convertendo a pequena cidade de Alto Araguaia em uma das referencias emergentes no cenário nacional da Rede Folkcom. Foram produzidos trabalhos que buscaram recortar lugares de processos comunicativos com tessitura popular e potencializar a astúcia de agentes comunicadores de formação, muitas vezes, não especializada, mas que, contrariando à visão convencional e midiacêntrica de conceber a relação entre sociedade e mídia, imbricaram em novas leituras acerca da comunicação enquanto ferramenta de integração social e cultural nas comunidades locais, em sua rota de colisão com os valores preconizados pelo sistema capitalista globalizado.

Em vez de análises pormenorizadas de mídias massivas como TV e Rádio e de suas interferências sociais, privilegiaram-se as formas particulares de mediação de conteúdos, que são feitas de maneira artesanal por feirantes, mototaxistas, garis e vendedores ambulantes, numa ação tática (CERTEAU, 1994) e política (CANCLINI, 2003) que perpassa a simples retórica da comunicação persuasiva para fins mercadológicos de uma economia ainda iminentemente informal.

Em termos quantitativos, essa "neovisão" de comunicação, assim interpretada através da e na recepção antes ignorada das mídias de orientação hegemônica, teve um saldo positivo nos processos de produção e divulgação científica diante do curto período de tempo de incursão teórica ao campo da folk, e, sobretudo, em se tratando das dificuldades estruturais enfrentadas

pela docência universitária no interior do estado de Mato Grosso. Durante esses dois anos e meio foram contabilizados ao todo: 2 monografias de graduação, 1 artigo publicado em periódico internacional, 2 artigos apresentados em congressos internacionais, 1 artigo a ser apresentado no congresso nacional. 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 pelo aluno Marcos Cardial no último dia 2 de julho, destacou – por um viés próximo ao da sociologia do cotidiano – 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.

Durante o período de 15 de agosto de 2011 a 29 de maio de 2012, tendo como trajeto metodológico a etnografia – observação participante com entrevista estruturada e semi-estruturada –, realizaram-se 12 visitas à feira municipal Benno Ubaldo Presser, localizada numa das vias mais movimentadas da cidade de Alto Araguaia. A intenção era verificar de que modo as camadas populares potencializam a feira livre enquanto espaço de práticas folkcomunicacionais, ao considerar todo ato enunciativo dos seus atores sociais envolvidos (feirantes e frequentadores) na condição de processo comunicativo alternativo, assim amparados teórico e metodologicamente pelas interpretações beltranianas (1980, 2001) acerca de comunicação do povo e cultura opular. E a partir desses delineamentos, a pesquisa constatou uma modernização dos processos de

sociabilidades estabelecidos nos espaços precários senão abandonados da feira livre de Alto Araguaia, ao se perceber uma maior proximidade dos feirantes com procedimentos e saberes habitualmente desenvolvidos pelos profissionais de marketing, publicidade, jornalismo, etc; enquanto indícios da midiatização das práticas cotidianas – embora muitas vezes, ainda observada de forma burlesca, cômica e rudimentar.

Distante de enfatizar qualquer determinismo tecnológico, tratar da midiatização das práticas cotidianas na feira municipal de Alto Araguaia significou apontar, dentro do que sugere o professor Muniz Sodré[15] (2002) sobre biosmidiático e entende-se da teoria sobre os novos canais de mediação de Beltrão (1980), para novos lugares de circulação e reprodução social de agentes comunicadores que, na maioria das vezes, não dispõe de um ensino médio completo e muito menos de oportunidades para ascensão econômica. Diferentemente dos folguedos, festejos, romarias e vaquejadas, objetos tão enfaticamente estudados ao longo das décadas pelos principais pesquisadores da rede Folkcom, o estudo da feira livre no viés da folkcomunicação apresenta-se inédito, ao passo de sugerir uma pontual remodelação à compreensão da tabela das tipologias folkcomunicacionais, essa atualizada pelo professor Marques de Melo (2008).

Trata-se, em certa medida, de uma área de incursão ainda nova no que tange a relação interdisciplinar entre a comunicação, o folclore brasileiro e a sociologia do cotidiano, que se podem localizar as mais diversas manifestações da comunicação popular, de recorte iminentemente rural e subalterno, e desde o uso artesanal de uma rádio improvisada por um vendedor de ervas naturais à reprodução serializada de capas de CD de uma banda

[15] De acordo com o professor Muniz Sodré (2002: 8-19), esta midiatização pode ser compreendida como um novo bios, que sobressai à lógica de consumo e converte a mídia em produtora de uma nova ordem moral objetiva. Logo que: o novo bios transforma feirantes em exímios comunicadores e o lugar social da feira em um espaço de reprodução midiática.

de forró local, a banda Melado do Forró, denominado como prática de folkmarketing.

Desse trabalho monográfico sobre a feira livre, foram produzidas: 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 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 "@invisiveis_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. Isso porque se buscava discutir a relação entre os trabalhadores informais, localizados após uma criteriosa pesquisa social junto à prefeitura municipal e ao próprio IBGE, e as novas tecnologias,

sob o intuito de compreender os fluxos de comunicação mediados por esses agentes nas redes sociais da internet (RSI), à título de uma reinterpretação do conceito de grupos marginalizados de Beltrão (1980: 39), que, entre suas definições, situa-os "na margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente".

Do reconhecimento dos invisíveis e de seus modos de subjetivação pelas redes sociais da internet – facebook e o orkut – enquanto ativismo midiático, apontam-se novos desdobramentos teóricos na compreensão das atividades consideradas informais em seus embates com as sociedades disciplinares e de controle, ao destacar os hábitos midiáticos de personagens antes pouco referendados e melhor categorizados. Mais que relacionar a concepção beltraniana de grupos marginalizados à atuação reacionário de indivíduos de formação não-especializada e empregados informalmente, senão ilegalmente, a monografia, ao trazer autores da folk como Melo, Lucena e Trigueiro, veio para evidenciar a capacidade de intervenção desses grupos no amplo campo das redes virtuais (ciberespaço), o que, numa apurada observação, nota-se escasso tanto nas linhas estudadas pela rede folk quanto nas suas publicações.

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.

E 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 como mote das discussões.

Dessa experiência em sala de aula, produziu-se um emergente mapa noturno em Alto Araguaia e sua vizinha no estado de Goiás Santa Rita do Araguaia, constituído de lugares solapados da visão apolínea e cartesiana de cidade, mas que representou a potência de uma multidão anônima e criativa, que, subsidiada de novas fontes de capital cultural (BOURDIEU, 1998), reinventa e sobredetermina seus trânsitos e circuitos de produção, circulação, distribuição, recepção e, numa segunda etapa, subjetivação de informações.

Determinando alguns direcionamentos futuros

Como conclusão, distante de esgotar o assunto, espera-se ter contribuído para um melhor entendimento acerca da folkcomunicação enquanto campo de estudo precípuo, e de seus desdobramentos tomados ao longo das décadas, na condição de uma teoria genuinamente brasileira. E assim estender um convite para futuras parcerias acadêmicas, acreditando que as discussões suscitadas nesse texto tenham prospectadas boas reflexões sobre, por exemplo: à importância de discutir a cultura popular em sua confluência com os meios de comunicação de massa, e mais recentemente, as mídias digitais; como, mais indiretamente, das fases que abrangem a produção e a divulgação científica para os "focas" de plantão.

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 ao 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 e inteligível para a tradução, reprodução e reinvenção dos textos da mídia convencionalmente hegemônica.

Nessa conjuntura sociocultural emergente e imposta pela modernização brasileira, que, sem sombra de dúvida, teve na televisão um grande catalisador, isso a partir da década de 1950, por intermédio do empresário Assis Chateaubriand, os estudos da folkcomunicação, apesar dos inúmeros "percalços" à guisa de sua legitimação, encontraram um campo candente para crescimento e amadurecimento teórico, na medida em que buscou evidenciar a cultura popular na comunicação massiva e contemporânea (Rádio, TV, jornais e, principalmente, internet).

Em tempos de grandes espetáculos televisionados, a sua importância parece residir na compreensão do inevitável deslocamento do folclore de seu lugar-comum, a partir de sua conversão em entretenimento e em produto "excêntrico" de um turismo, muitas vezes, internacional. São muitas as pesquisas em folkcomunicação, expostas nos principais congressos do Brasil e do exterior, que, por exemplo, apontam para uma transformação profunda nos processos de organização e concepção das festas tradicionais e dos inúmeros festivais (gastronômicos, de roupas, dança, musicais), que, cada vez mais, buscam atender mais um público consumidor de fora do que, numa visão ritualística,

fortalecer as práticas de interlocução e vinculação social da comunidade.

Ao mesmo tempo, é de considerar que ainda há muito em que avançar, e que, questões como essas do folclore em vias de modernização das suas relações socioeconômicas e culturais, somente demonstram o universo de possibilidades que os estudos folkcomunicacionais podem explorar, sob o intuito epistemológico de pontuar a Comunicação como ciência da cultura, por mais que às vezes isso se torne um desafio utópico.

Por fim, encerra-se o texto afirmando ser a teoria folkcomunicacional preponderante para a compreensão do contexto de arena global em que passa as culturas locais diante dos processos de virtualização das sociabilidades e profusão das redes sociais da internet. Trata-se, na verdade, de uma inquietação, que atravessa as condições de captura e de compartilhamento das práticas culturais pelo youtube, e se revela enfática ao demonstrar um novo nível de relacionamento entre a cultura de massa, a cultura popular e os meios de comunicação digitais, nas quais os agentes-comunicadores e grupos marginalizados tendem a trafegar e registrar seus contraposicionamentos simbólicos – e políticos – através de conversações eletrônicas, no gerenciamento de *hashtags e memes* no twitter, assim como na ampliação do sócius pelas amizades virtuais nos sites de relacionamentos.

Referências

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.

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

BOURDIEU, P**. Os três estados do capital cultural.** In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Org.). Escritos de educação. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOSI, E. **Cultura de massa e cultura popular**: leituras de operárias. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

BRANDÃO, L. **Circuitos subalternos contemporâneos: pessoas, objetos e valores**

em trânsito". Tese de pós-doc na Université d'Ottawa, 2005.

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.

ORTEGA y GASSET, J. **A Rebelião das Massas**. São Paulo: Martins Fontes,1987.

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

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

GONZÁLEZ, J. e CÁCERES, J. G. **Cultura y Metodología**. México: CNCA, 1994.

GONZÁLEZ, J**. A. Sociologia de las culturas subalternas**. Mexicali: Universid 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 Palavra. 77, 2011.

LUYTEN, J. M. **Folkmídia, nova concepção da palavra.** Trabalho apresentado no V Folkcom. Santos (SP). Maio de 2002 e no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom: Salvador, 2002.

MATTELART, A. e MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

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

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

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

Revista Comunicações & Problemas. V.1, n. 1. Março: Recife, 1965.

SILVA, L. A. **A cartografia dos atravessadores: novos mapas na cidade de Alto Araguaia-MT**. In: VII Seminário de Linguagens. Cuiabá: Universidade Federal de Mato Grosso, 2010. Acessar em: www.ufmt.br/servicos/evento.

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

SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho:** uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

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

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

UNEMAT
EDITORA