

O CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Epistemologia e
Contribuições Científicas

Nelia R. Del Bianco e Ruy Sardinha Lopes (orgs)


Socicom
L i v r o s



Nelia R. Del Bianco e Ruy Sardinha Lopes (orgs)

O CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Epistemologia e Contribuições Científicas

O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas | 1ª edição
Copyright © 2020 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à
Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C198 O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas [recurso eletrônico] / Nelia R. Del Bianco, Ruy Sardinha Lopes (organizadores). – São Paulo: Socicom Livros, 2020.
414 p. : il. color.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-65-993091-0-6

1. Comunicação. 2. Ciências Sociais. 3. Conhecimento.
I. Nelia R. Del Bianco. II. Ruy Sardinha Lopes.

CDD 302.2

Elaborada por Keyla Rosa de Faria – CRB-1/3227

Organização

Nelia R. Del Bianco e Ruy Sardinha Lopes

Projeto gráfico, diagramação e capa

Jorge Del Bianco (jorgedelbianco.wixsite.com/delbiancodesign)

Revisão

Maria Salete Magnoni

Diretoria Socicom 2018-2020

Presidente: *Ana Regina Rêgo*

Vice-Presidente: *Nelia R. Del Bianco*

Diretor Administrativo: *Cristina Schmidt*

Diretor de Relações Nacional: *Rudimar Baldissera*

Diretor de Relações Internacionais: *Fernando Oliveira Paulino*

Todos os direitos desta edição reservados à:

Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação - Socicom

Avenida Brigadeiro Luís Antonio, 2050 - conjunto 36 - Bela Vista

CEP 01318-002 - São Paulo - SP

Site: socicom.org.br - E-mail: contato@socicom.org.br

A ATUALIDADE DA PESQUISA E DO INTERESSE SOBRE FOLKCOMUNICAÇÃO

Guilherme Moreira Fernandes¹

Flávio Santana²

Por uma historiografia da folkcomunicação

O termo Folkcomunicação apareceu pela primeira vez na literatura científica em 1967 no título da tese de doutorado de Luiz Beltrão de Andrade Lima³: “Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”, defendida na Universidade de Brasília (UnB) fruto de pesquisas realizadas desde 1959. Esta tese lhe rendeu o título de primeiro doutor em Comunicação no Brasil. Antes de migrar para Brasília e defender a tese, Beltrão fundou o curso de Jornalismo da Universidade Católica

¹ Doutor em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor Adjunto do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (CAHL/UFRB) e Professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRB. É presidente da Rede Folckcom. E-mail: gui_kid@yahoo.com.br

² Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). É Diretor Financeiro da Rede Folkcom E-mail: ms.flaviosantana@hotmail.com

³ A carreira de Luiz Beltrão (1918-1986) se iniciou em 1936 como revisor e repórter do *Diário de Pernambuco*. Em 1938 (sendo nomeado em 1939) tornou-se servidor público junto ao Instituto de Previdência dos Servidores do Estado de Pernambuco. No ano seguinte, ingressou como aluno da Faculdade de Direito do Recife (atual UFPE) e se tornou sócio da Associação de Imprensa de Pernambuco (AIP), onde chegou a ser presidente no ano de 1951. Sua carreira docente começou em 1959 no curso de Jornalismo da Faculdade de Filosofia N. S. de Lourdes, em João Pessoa-PB. Em 1960, funda o curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), já estando fora do jornalismo diário, embora mantendo seu emprego público (BENJAMIN, 1998, p. 305-306).

de Pernambuco (Unicap), em 1961 e lá inaugurou no dia 13 de dezembro de 1963 o Instituto de Ciências da Informação (Icinform) – a primeira instituição de pesquisa em Comunicação do país que lançou a também pioneira revista científica da área, a Comunicação & Problemas, cuja primeira edição, em 1965, contou com a publicação do artigo “O ex-voto como veículo jornalístico”, gênese da Folkcomunicação. Àquela época, o objetivo era realizar um ensaio sobre a infraestrutura da comunicação coletiva.

Não é somente pelos meios ortodoxos – a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica – que, em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural, não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. (BELTRÃO, 2013⁴, p. 43, *grifo nosso*).

Neste parágrafo de abertura, Beltrão deixa claro que as formas de comunicação e manifestação de opinião vão além do que difundido nos meios ortodoxos. Talvez nos dias de hoje essa afirmação soe um tanto óbvia, sobretudo com a força de movimentos comunitários, sociais, políticos e religiosos. Mas à época, essa premissa não se configura tão claramente – ao menos no Brasil. Nos dois parágrafos seguintes, Beltrão (2013) explicou a configuração dessas outras formas de comunicação:

Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de impressões provocada pelas notícias trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo ‘bicheiro’; ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira, e pelos ‘martelos’ do cantador ambulante; pelos inflamados artigos do jornalista matuto ou pelas severas admoestações dos missionários; do raciocínio do homem solitário no seu trabalho na floresta, na caatinga ou na coxilha – é que surgem, vão tomando forma, cristalizando-se as ideias-motrizes, capazes de, em dado instante e sob certo estímulo,

4 O texto foi originalmente publicado em 1965.

levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz. É que a semente da informação germinou no espírito das analfabetas, semialfabetizadas e, de toda maneira, rudes e tardas gentes do povo. E, de repente, floresce na roda da opinião nas manifestações artísticas e folclóricas, ou frutifica – pomo de ação – nos movimentos insopitáveis de massa que concretizam a vontade popular.

Como se processa o florescer da informação, transmutada em opinião, pode-se observar na sátira, na crítica, na caricatura, no símbolo de que estão plenos os entretenimentos, folguedos, autos populares, a pintura e a escultura e até mesmo a mais doméstica e tradicional das artes brasileiras – a confeitaria, como bem registrou Gilberto Freyre. 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 discordantes e mesma oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e diferentes. (BELTRÃO, 2013, p. 43-44, *grifo nosso*).

Nesses dois parágrafos, Beltrão registra o público e a forma como se dá a Folkcomunicação, ainda visto como um canal da comunicação coletiva⁵ e com funções pré-definidas em uma taxionomia possível⁶. A pesquisa empírica de sua tese consta de uma minuciosa análise de cada um desses grupos e suas respectivas formas de informar e manifestar sua opinião. O trecho em que consta o grifo foi reproduzido em outros textos de Beltrão e é uma das citações mais utilizadas pelos pesquisadores da Folkcomunicação. Por fim, explica que não se trata de meras descrições (ou registros) das manifestações, mas sim a sua forma comunicacional - a mensagem que está sendo passada inscrita no meio social - este é o sentido metodológico da pesquisa em Folkcomunicação.

É a partir desse entendimento que Beltrão (2013) estudou o ex-voto e percebeu

⁵ Deve-se considerar que as pesquisas em Comunicação ainda não estavam consolidadas na época. A comunicação se restringia mais na eficácia da tecnologia e nos efeitos provocados pelas mensagens. Durante esse período os meios de comunicação eram restritos aos veículos e processos de transmissão e recepção. A sensibilidade dos meios, o processo de construção da linguagem inscrito em um regime de historicidades não era predominante nos estudos até os 1960.

⁶ As discussões sobre taxionomia da folkcomunicação começou ainda na técnica de 1970 na formulação curricular. Beltrão (1980) chegou a anexar uma proposta que mais tarde foi reelaborada por Marques de Melo (2008).

o que essas peças comunicava a comunidade, mostrando sua realidade, críticas e seus anseios⁷. Do ex-voto, Beltrão (2001⁸) passou a estudar outras manifestações: oral, musical, escrita, visual, icônica, expressando a informação e a opinião do povo. Este é o resultado da sua tese, publicada na íntegra apenas em 2001, onde apresenta a seguinte definição:

A veiculação estreita entre folclore e comunicação popular, registrada na colheita dos dados para este estudo, inspirou o autor na nomenclatura desse tipo cismático de transmissão de notícias e expressão do pensamento e da veiculação coletivas. Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. (BELTRÃO, 2001, p. 79, *grifo no original*⁹).

É importante sempre reafirmarmos que Beltrão partiu do conceito de folclore de Edison Carneiro (1965), que o concebia como fenômeno dinâmico que representa os anseios populares e não algo estático e datado, mas sim vivo e em constante transformações. Uma citação sempre presente dos textos de Beltrão, fruto da percepção do folclorista baiano, da qual acreditamos ser bastante ilustrativa é a seguinte:

Sob pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo [...]. não obstante partilhar, em boa percentagem, da tradição, e caracterizar-se pela resistência à moda, o folclore é sempre, ao mesmo tempo que uma acomodação, um comentário e uma reivindicação” . (CARNEIRO, 1965, p. 2).

Dois discípulos de Beltrão, ex-alunos da primeira turma de Jornalismo da Unicap, José Marques de Melo (1943-2018) e Roberto Benjamin (1943-2013) foram

⁷ Este artigo já foi bem discutido pelos pesquisadores da Folkcomunicação, por isso não vamos descrevê-lo, pois já fizemos em outros momentos. Recomendamos especialmente as apreciações de Trigueiro (2006) e de Aragão (2016).

⁸ Trata-se da tese defendida em 1967, apenas publicada na íntegra em forma de livro em 2001. 2. edição em 2014.

⁹ Na edição de 1971, esta citação aparece, da mesma forma, na página 15.

responsáveis pela difusão da Folkcomunicação em São Paulo e no Pernambuco, respectivamente. Benjamin publicou o primeiro estudo monográfico nessa concepção de pesquisa “Folhetos populares: intermediários no processo da comunicação” (de 1968) e também o primeiro paper com o nome da disciplina expresso no título “Folkcomunicação e Informação rural” (de 1970)¹⁰. Marques de Melo, em 1968, publicou uma resenha da tese de Beltrão no *Caderno de Jornalismo e Comunicação*, republicando no jornal A Gazeta.

Devido às circunstâncias políticas, naquele momento, houveram dificuldades no processo de outorga do título de doutor a Beltrão, que só foi concedido quatorze anos mais tarde. Além do mais, a tese não conseguiu ser publicada por completo devido aos efeitos do momento político. Em 1971, período de ação do Decreto-Lei nº 1077/70, que se direcionava à censura de livros, a editora Melhoramentos optou por retirar a parte teórica, que poderia desagradar o governo por expressar desigualdades sociais e nutrir o conceito de *dois Brasis*, embora a parte teórica no âmbito da Teoria da Comunicação estivesse ligada à pesquisa difusionista norte-americana, o que não era interesse do governo brasileiro em promover a censura. Essa dicotomia paradigmática da Folkcomunicação é estudada por Aragão (2017) que demonstra um distanciamento do que de fato Beltrão pesquisou e a base teórica que fez uso (a que era disponível no momento). Tal problema teórico havia sido diagnosticado por Amphilo (2010) que apontou para uma aproximação com as pesquisas de cunho marxistas.

Retornando à publicação de 1971, o termo Folkcomunicação fora substituído, talvez por estratégia de venda, e o título reproduzido como “Comunicação e Folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”. Acreditamos que tais processos foram os principais motivos que dificultaram a difusão dos estudos da Folkcomunicação. Da forma como foi colocado, o título aponta para o estudo de dois campos de conhecimento com

¹⁰ Ambos os textos foram reproduzidos na coletânea *Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado* organizado por Fernandes et al. (2017). O primeiro também se encontra reproduzido em *Metamorfose da Folkcomunicação*, organizado por Marques de Melo e Fernandes (2013), e em Benjamin (2000).

pertencimentos distintos. O trabalho de Beltrão, no entanto, foi o de perceber outras formas e veículos de comunicação que não os destinados a uma coletividade homogênea. Nos anos 1970, o fenômeno da Folkcomunicação era estudado nos cursos de graduação. Os primeiros manuais de perspectiva teórica da Comunicação tratavam da temática. Diversos trabalhos empíricos também foram executados.

Os anos 1980 foram marcados por um maior delineamento teórico, amplitude e aceitação da Folkcomunicação. Se na década anterior, a teoria fazia parte do currículo dos cursos de Comunicação Social, em 1980 ganhou espaço também na pós-graduação, com notórias dissertações de mestrado, cuja parte considerável fora orientada pelos discípulos diretos de Beltrão, integrantes da primeira geração. É justamente neste período que o pesquisador lançou *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, cuja obra destaca-se pela ampliação do conceito de Folkcomunicação:

Vinculação tão estreita entre folclore e comunicação popular inspirou ao Autor a nomenclatura do processo e, já agora, do sistema que se confronta com aqueles cujas características e cujos usuários apreciamos antes, permitindo-o definir a Folkcomunicação como o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore. [...] veremos que a Folkcomunicação preenche o hiato, quando não o vazio, não só da informação jornalística como de todas as demais funções da comunicação: educação, promoção e diversão, refletindo o viver, o querer e o sonhar das massas populares excluídas por diversas razões e circunstâncias do processo civilizatório, e exprimindo-se em linguagens e códigos que são um desafio ao novo e já vigoroso campo de estudo e pesquisa da Semiologia. (BELTRÃO, 1980, p. 24-26, grifo no original).

A primeira evidência é a caracterização da audiência da Folkcomunicação como marginalizada (e não “marginal”, como frisava Beltrão). Embora a conceituação de “marginalizado” dê margem para múltiplas e diversas leituras, é oportuno lembrar que Beltrão (1980) se valeu do conceito de Robert Park¹¹ para

¹¹ Além de Park, Beltrão utilizou as pesquisas *O mito da marginalidade* de Janice Perlmann e *Desenvolvimento e Marginalidade* de Maria Célia Paoli, ambas lançadas em 1977. Para uma melhor compreensão da noção de marginalidade na Folkcomunicação, sugerimos a leitura do capítulo 1 da dissertação de Flávio Santana (2020).

quem o indivíduo marginal se comporta como um “híbrido cultural”, se caracteriza como “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetram e fundiram totalmente” (PARK, 1928 apud BELTRÃO, 1980, p. 39).

Na sequência, identificou os usuários do sistema em três grandes grupos: rurais marginalizados, urbanos marginalizados e culturalmente marginalizados. Sendo o último subdividido em: messiânico, político-ativista, erótico-pornográfico. A sequência do livro mostra a identificação do grupo bem como suas oportunidades comunicacionais. Embora a realidade brasileira tenha se modificado um pouco, ainda se mantém atual o modelo.

A Folkcomunicação é, por natureza e estrutura, 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*).

Desta forma, Beltrão (1980) continua a conceituar a Folkcomunicação em uma estrutura comunitária, cujo alcance é um microcosmo das relações pessoais. As pesquisas difusionistas norte-americanas de Lazarsfeld, Berelson, Gaudet (*The People's Choice*), Merton (*Patterns of Influence*) e Katz e Lazarsfeld (*Personal Influence*), base teórica da tese, continuaram servindo de base para a conceituação dos líderes-comunicadores do processo da Folkcomunicação. Desta vez, Beltrão (1980) também associa com as ideias do francês Dumazedier (*De la Sociología de la Comunicación Coletiva a la Sociología del Desarrollo Cultural*). Em suma, ainda reconhece a forma própria dos grupos marginalizados – com ou sem a perspectiva do líder de opinião – em produzir, de forma artesanal e horizontal, sua própria comunicação. É notória a dificuldade de Beltrão em transpor a pesquisa norte-americana para as especificidades do Brasil, fruto de um processo civilizatório distinto. Em entrevista na época de lançamento¹², o pesquisador

¹² Entrevista realizada em 1980 e publicada pela Revista Intercom em 1987. Ver Beltrão (2011).

(2011) demonstrou seu descontentamento com os elementos teóricos da pesquisa em Comunicação o que influencia diretamente nas percepções dos elementos teóricos da folkcomunicação.

A expansão das ideias de Beltrão e da própria Folkcomunicação, após a morte do autor, aconteceu a partir de 1998 com a criação da Rede Folkcom gerida pela Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional implementada pelo professor José Marques de Melo na Universidade Metodista de São Paulo. Entre os projetos da Cátedra estava previsto a realização de eventos e a implantação de redes associadas, com a finalidade de potencializar as ações pedagógicas e científicas da instituição, assim ficou previsto a criação de redes acadêmicas, profissionais e comunitárias. O espaço proporcionou um divisor de águas na pesquisa em Comunicação, apontando para novos problemas, abordagens e objetos¹³.

A Rede Folkcom o desenvolvimento das pesquisas em Folkcomunicação

A proposta de criar uma rede de pesquisadores da Folkcomunicação aconteceu durante as discussões Seminário Internacional sobre as Identidades Culturais Latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) em 1995 – evento preparatório para a instalação da Cátedra UNESCO/UMESP. Neste encontro, liderado pelo professor José Marques de Melo, foi pensada na primeira conferência que reuniria os pesquisadores para formalizar a criação da Rede Folkcom.

Foi nesse contexto que a UMESP realizou entre os dias 12 e 14 de agosto de

13 Não é gratuita a referência às coletâneas organizadas por Nora e Le Goff. Assim como os franceses revolucionaram os estudos históricos, Marques de Melo e a Cátedra UNESCO/UMESP revolucionaram as temáticas, objetos e abordagens na abrangência da Comunicação. O mote principal foi a reunião de diversos pesquisadores e a formação das redes. Assim, diversas temáticas ganharam fôlego, como: História da Mídia, Comunicação e Saúde, Marketing Político e Eleitoral, Comunicação Regional, Mídia Cidadã, entre outros. (MARQUES DE MELO, 2014).

1998 a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, homenageando os 80 anos de Luiz Beltrão (MACIEL, 2010). A Conferência reuniu a “velha guarda” e agregou os alunos de mestrado e doutorado da instituição, que futuramente iriam tornar-se grandes lideranças e militâncias na Folkcomunicação, como é o caso de: Betania Maciel, Marcelo Sabbatini, Maria Érica de Oliveira Lima, Samantha Castelo Branco, Maria Cristina Gobbi, Rosa Nava, entre outros. (LIMA, 2013). A memória do evento ficou registrada na revista *Enfolkcom*, criada especialmente para o evento. Os anais do evento revelam:

Ao organizar a conferência desde ano, a Cátedra Unesco/Umesp pretendeu, entre outras coisas, motivar a realização anual desde encontro em outras Instituições de Ensino. Desse modo fica garantida a análise e a atualização do inventário das tendências da pesquisa brasileira de Folkcomunicação, renovando as pautas de trabalho para os pesquisadores da disciplina. Por outro lado, ao realizar a conferência em outras cidades/estados, abrimos um espaço de valorização da diversidade cultural de cada região. (GOBBI, 1998, p. 281).

Neste evento foi criada Rede Brasileira de Folkcomunicação, iniciativa de José Marques de Melo com liderança de Sebastião Breguez¹⁴. De 1998 a 2009 a Cátedra UNESCO/UMESP ficou responsável pela articulação com diversas instituições para a realização das conferências Folkcom. A cada edição um tema específico era debatido, o que proporcionou diversos ganhos teóricos e metodológicos para a disciplina. Na assembleia de criação da Rede Folkcom, o professor José Marques de Melo apresentou a “Agenda da Folkcomunicação na passagem do século” com propostas de pesquisas integradas.

Foi na II Conferência Brasileira de Folkcomunicação, cujo mote foi a homenagem ao centenário de nascimento de Luís da Câmara Cascudo, na cidade de São João del Rei, que Roberto Benjamin apresentou o painel “A nova abrangência

¹⁴ Este primeiro grupo de pesquisadores foi liderado por Breguez que fez circular o *Jornal Brasileiro de Folkcomunicação* (1999 a 2002) e proporcionou a gênese da *Revista Internacional de Folkcomunicação* (RIF), inicialmente coordenada pelo professor Antônio Barros, lançada em 2003. Junto à Intercom, Breguez conseguiu criar o GP de Folkcomunicação, instalado, com esta nomenclatura, a partir do congresso de 2001 (XXIV INTERCOM). Anteriormente, os pesquisadores se reuniam nos grupos de “Comunicação rural” e “Comunicação e culturas populares”.

da Folkcomunicação” – trata-se do principal elemento modernizador da obra de Beltrão desde 1980. Para Benjamin, são esses os elementos que caracterizam a nova abrangência:

1. A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk;
2. A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massas;
3. A apropriação de tecnologias da comunicação de massas e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk;
4. A presença de traços da cultura de massas absorvidos pela cultura folk;
5. A apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore);
6. A recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessadas pela cultura de massa. (BENJAMIN, 2017, p. 68).

A partir desse painel, Benjamin publicou em 2000 uma das obras mais importantes para a área: *Folkcomunicação no contexto de massa*. Trata-se de uma coletânea de textos que o autor produziu durante sua trajetória acadêmica – alguns receberam novos elementos atualizadores. Todavia, a importância do livro se deve ao fato de que cada um dos seis capítulos que seguem ao primeiro, demonstra uma pesquisa aplicada a cada um dos seis tópicos. No primeiro, o texto foi composto por junção das intervenções de Benjamin durante a I e a II Folkcom¹⁵. O livro foi lançado durante a III Folkcom realizado em João Pessoa.

As intervenções de Benjamin (2017) justificam as novas possibilidades de enxergar a teoria beltraniana no adentrar do século XXI (ou, mais especificamente, no prolongar do século XX), buscando entender a relação entre a cultura *folk* e a cultura de massa e levantando aspectos empíricos que justificam o uso do termo *folk media* como um processo de comunicação dentro das atividades populares. Essa perspectiva partiu dos métodos de comunicação popular, referindo-se a um tipo de narrativa no repertório de uma comunidade como uma versão adaptada à

¹⁵ O texto do I Folkcom, intitulado “Folkcomunicação: Contribuição brasileira à Escola Latino-americana de Comunicação”; e do II Folkcom “A nova abrangência da Folkcomunicação”, encontra-se na antologia organizada por Fernandes et al (2017).

sua cultura, a partir dos seus próprios valores. Diante disso, a influência da mídia nas ações da cultura popular se estabelece na inserção de alguns elementos da cultura de massa em seus contextos.

Nesse mesmo ano foi apresentado o resultado da pesquisa “Imagens Midiáticas do Carnaval Brasileiro, a celebração popular dos 500 anos do Brasil”, articulada pelos pesquisadores José Marques de Melo, Joseph Luyten e Samantha Castelo Branco¹⁶ durante a II Folkcom. Na assembleia ficou acordado que a pesquisa em rede seria a de estabelecer um protocolo para estudos das festas populares (VELASQUES, 2000).

“As festas populares como processos comunicacionais” foi a temática condutora do IV Folkcom que aconteceu em Campo Grande. Esta edição foi responsável por estabelecer protocolos para a pesquisa com festa populares, como apresenta o texto *As festas como processos comunicacionais: roteiro para o seu inventário, no Brasil, no limiar do século XXI* de José Marques de Melo e *Expandindo a proposta da Obra Fundadora de Roberto Benjamin*. Diversos estudos empíricos também foram apresentados, em múltiplas perspectivas (festa rural, festa urbana, festa cívica, festa turística, misticismo, etc.). Ainda sobre este evento é oportuno mencionar as palestras de Antônio Hohlfeldt “Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século” – que marca o início da aproximação deste pesquisador com a Rede Folkcom e de Jorge González¹⁷ “Una mirada ablicua a la religión popular en México: Retablitos y santuario: entre la cultura y el poder¹⁸” [na programação consta apenas “As festas populares como processo de comunicação”] (GOBBI, 2001, p.12).

Uma das principais intervenções de Hohlfeldt, no GP de Folkcomunicação

¹⁶ Essa pesquisa foi publicada em diversos periódicos. A versão apresenta no evento encontra-se no *Anuário Unesco/UMESP* nº 4.

¹⁷ Docente da Universidade Autônoma do México (UNAM), atua na área de pesquisa em Cibercultura e Conhecimento e realiza análise dos impactos da tecnologia presentes no cotidiano. Também é coordenador do Laboratório de Pesquisa e Complexo de Comunicação, do Programa de Epistemologia da Ciência e Cibercultur@ do Centro de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências e Humanidades (CEIIH).

¹⁸ Todos estes textos estão publicados no *Anuário Unesco/UMESP* nº 5. O texto de Marques de Melo também aparece em Marques de Melo (2008); o de Benjamin em Benjamin (2004) e em Fernandes et al (2017); e o de Hohlfeldt em Schmidt (2006).

da Intercom, em 2002, gerou o conceito de Folkcomunicação, a partir de Beltrão, amplamente utilizada (e, logo, aceita) nas dissertações, teses e demais pesquisas a partir dos anos 2000. Para Hohlfeldt:

A Folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. A Folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular e 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. A Folkcomunicação, portanto, é um campo extremamente complexo, interdisciplinar – necessariamente – que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo. (HOHLFELDT, 2013, p. 877).

As intervenções de Hohlfeldt partem de um estudo exploratório a partir do estado da arte que se encontram as pesquisas no momento, bem como das obras de Beltrão geradoras do conceito. Todavia, a contribuição não se resume à análise do que vem sendo publicado, o pesquisador trouxe outras inovações como, por exemplo a aproximação com a perspectiva fenomenológica¹⁹. O próprio Beltrão (2011), elucidou em entrevista à *Revista Intercom* que seu trabalho ainda detinha algumas questões não fechadas e que essa responsabilidade caberia aos próximos estudiosos que se propusessem a levá-lo adiante.

A V Folkcom, que aconteceu em Santos, em 2002, e tratou sobre “imprensa do povo”, incorporou pesquisadores portugueses na pesquisa folkcomunicacional, com destaque para a conferência de abertura “Trajetória da Imprensa no Espaço Lusófono: erudito, massivo e popular” proferida por Luís Humberto Marcos. Entre os papers apresentados o grande destaque é para “Folkmídia: uma visão do folclore e da comunicação²⁰” de Joseph Luyten. Foi nessa época que outro importante conceito para os estudos de Folkcomunicação fora elaborado. Luyten (2006, p. 47) destaca o termo folkmídia como “utilização de elementos folkcomunica-

¹⁹ Estes e outros textos de Hohlfeldt estão reunidos na coletânea de Marques de Melo e Fernandes (2013).

²⁰ Texto publicado em Schmidt (2006). Versão em espanhol, publicada em Yáñez Aguilar et al. (2016).

cionais pelos sistemas de comunicação de massa”, o que é válido também para a lógica inversa, ou seja, elementos da comunicação de massa sendo incorporados pelos comunicadores populares. A visão de Luyten foi tão bem incorporada que a noção de folkmídia foi a tônica do VI Folkcom que aconteceu na cidade de São João da Barra, em 2003.

Assim, a sociedade do consumo, baseada na apropriação de bens culturais em seus produtos, distribui novos significados com aparato de atração e conduz novas maneiras de consumir. Diante de uma evolução dos mercados, do mesmo modo que o turismo, as estratégias de marketing também se integram aos processos culturais, enxergando a possibilidade como uma troca de interesses. Enquanto os produtos se vinculam à cultura popular, ela ganha visibilidade e conquista espaço que até então só as culturas hegemônicas dominavam. A abrangência da folkcomunicação se expande e passa a incorporar a sensibilidade do folclore e da comunicação popular nos produtos massificados.

Por esse segmento, Severino Lucena Filho (2007) entende que a Folkcomunicação se abre para enxergar os processos culturais a partir da comunicação organizacional, cenário onde as manifestações folclóricas, por exemplo, atuam como mediação/decodificação e se reconfiguram na sociedade contemporânea.

Em um dos seus primeiros trabalhos sobre a temática, Lucena Filho (2004, p. 60) percebe que dentro do contexto da nova abrangência “surge o Folkmarketing como uma nova estratégia comunicacional cujo suporte simbólico na gestão do processo de comunicação reside na apropriação dos elementos da cultura folk pela cultura de massas e pela cultura erudita”. Nas linhas seguintes, o pesquisador esclarece que o termo folkmarketing apareceu pela primeira vez na orelha do livro resultante de seu mestrado, lançado em 1998, em texto de Salett Tauk que diz: “ao combinar o estudo de uma manifestação de folkcomunicação, abandonado o aspecto residual das culturas populares e valorizando o que elas têm de atual, de contemporâneo, com a perspectiva de utilização da Folkcomunicação como estratégia de marketing institucional, o autor nos coloca diante de uma nova linha de estudo: o folkmarketing” (TAUK, 1998, orelha). A estruturação do conceito,

aconteceu a partir a sua tese de doutoramento, defendida em 2005 e publicada (quase) na íntegra em 2007. Antes da divulgação do livro com os resultados da tese, o autor publicou o que seria definitivamente o conceito:

é uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da folkcomunicação e do marketing, estrategicamente adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular, no seu processo constitutivo, por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológicos e institucional .(LUCENA FILHO, 2006, p. 272).

A evolução dos mercados promoveu o avanço da comunicação organizacional, que atua em um processo de construções permanentes, em função do ambiente que se encontra e baseadas em estratégias integradas aos processos culturais da região, inscritas em dada sensibilidade e historicidade²¹.

A esse ponto de vista, a folkcomunicação se estende também em identificar o desenvolvimento do mercado turístico, com o aumento do fluxo de viagens e deslocamentos depois da Segunda Guerra Mundial. Já no final da década de 1970, o turismo ganha maior protagonismo, passando a se preocupar com vendas de serviços prestados, aliado aos meios de comunicação e interligando o mundo inteiro por meio das suas atividades profissionais (SANTANA; LUCENA FILHO, 2018). Nesta perspectiva, a prática cultural popular ganha ênfase quando se torna elemento inusitado, para a atração turística e para o desenvolvimento local e/ou regional. Como bem declara Lucena Filho (2003) a cultura popular, construída pela participação e pelo contato, muitas vezes se torna mercadoria sem perder

²¹ Os estudos sobre folkmarketing avançaram, apresentando-se até em revistas estrangeiras. O fundador, apresentou diversas possibilidades de estudo, como destacado nas pesquisas documentais sobre o ex-voto (2004) e sobre o cordel (2008), ou uma agremiação carnavalesca institucional por meio de estudo etnográfico (1998), ou ainda realizar uma análise de discurso dos festejos juninos em Campina Grande-PB (2007) ou uma análise de conteúdo das festas juninas em Portugal (2012). Por fim, cabe destacar que como desdobramento do folkmarketing, tem se investigado a apropriação da Folkcomunicação pela Publicidade e Propaganda, como demonstra Gobbi e Santos (2012) e a noção de folkpublicidade cunhada por Lucimara Rett (2019).

sua capacidade criativa e seu cheiro de gente, denominando este processo como folkturismo²².

Algumas noções de folkturismo, desenvolvidas por Roberto Benjamin (2000, 2004), trazem duas perspectivas para entender o folclore a serviço do turismo. A primeira pode ser vista pelos eventos em que importantes celebrações recebem incentivos do Governo e de empresas privadas para compor o calendário turístico da região. Já a segunda, está “representada pelos shows para turistas, em que manifestações locais são transferidas do seu habitat tradicional para lugares turísticos, como hotéis e jardins de museus” (FERNANDES, 2010, p. 563). Assim,

O que nos interessa são os mecanismos comunicacionais (relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda) que geram a atividade turística em um determinado lugar e o modo com que os agentes folks locais utilizam as técnicas da folkcomunicação para atrair a atenção do público.

Na percepção de Lucena Filho (2003, p. 115):

O folkturismo, como uma nova abrangência da Teoria da Folkcomunicação, está inserindo nessa área de estudos em que a relação folclore – turismo passa a integrar a dinâmica das vivências do turismo popular no contexto da vida social. A comunicação ocorre através de um sistema simbólico, produzindo a interação social.

Portanto, destacamos que a cultura popular, enquanto conhecimento acumulado, se torna uma das principais fontes de atração turística, e através do folkturismo, ganha visibilidade. Consequentemente, o turismo, enquanto prática que busca a comercialização, pode trazer a difusão das manifestações e da cultura local, estimulando seus praticantes a continuarem perpetuando suas manifestações. Para isso é necessário que a prática se atente também para preservar tais manifestações

²² O termo folkturismo foi conceituado por Fernandes (2010) na *Enciclopédia Intercom de Comunicação*. Este texto também está disponível no artigo assinado por Lucena Filho e Fernandes (2012). Trata-se de uma área recente de estudos das atualizações da Folkcomunicação que, neste viés, busca trabalhar o processo de apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa. É importante destacar que essa nova perspectiva de estudo aparece com frequência nos textos de Roberto Benjamin, mas foi Severino Lucena Filho que desenvolveu a temática.

e incluí-las em projetos de políticas públicas articuladas ao desenvolvimento local (SANTANA; LUCENA FILHO, 2018).

Outro importante ganho teórico aconteceu no VII Folkcom, em Lajeado entre os dias 13 e 16 de maio 2004, que debateu a “Folkcomunicação Política”, que foi pensada na forma como Luiz Beltrão

[...] se referia a como os políticos e os partidos políticos se apropriavam dos meios informais de comunicação para veicular suas mensagens. Ao mesmo tempo, uma característica dos marginalizados sempre foi expressa-se metaforicamente contra os dominantes e opressores, além de identificar as manifestações políticas dos folkcomunicadores através de legendas de caminhão, enredos de samba, cordel eleitoral, grafites antibélicos, entre outros meios. (KIRST, 2004, p. 251).

Outro grande marco foi o lançamento de *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos* (SCHMIDT, 2006), uma das mais importantes obras da década. Até então, os livros disponíveis sobre Folkcomunicação consistiam na reunião de textos produzidos antes dos anos 2000, por isso muito oportuna a coletânea que proporcionou a materialização dos conceitos amadurecidos durante as conferências anteriores. Foi por meio desse livro que se ampliaram os conhecimentos sobre: Nova abrangência da Folkcomunicação, Folkmídia, Folkmarketing, Folkcomunicação política, Folkcomunicação religiosa e Folkcomunicação turística. Ainda se deve registrar que em 2006 foi divulgado o vídeo didático *Ver e entender Folkcomunicação*, projeto de José Carlos Aronchi, que trouxe depoimentos de José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Antonio Hohlfeldt, Osvaldo Trigueiro, Sebastião Breguez e Cristina Schmidt.

Neste mesmo ano, os professores Betania Maciel e Osvaldo Trigueiro assumem a presidência da Rede Folkcom²³ e criam o Portal da Rede Folkcom²⁴, um dos projetos mais exitosos da gestão. Importante marco do período foi a reali-

²³ Chapa também composta por: Jacqueline Dourado (dir. científica), Marcelo Sabbatini (dir. financeiro), Carlos Henrique Medeiros de Souza (dir. administrativo) e Marcelo Pires de Oliveira (dir. secretário).

²⁴ O portal está disponível no endereço www.redefolkcom.org e atualmente é atualizado pela diretora secretária Júnia Martins, com assistência do diretor financeiro Flávio Santana.

zação, coordenada por Trigueiro, na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), do seminário “O pensamento comunicacional de Luiz Beltrão no Ensino da Comunicação no Brasil: a presença de Luiz Beltrão na Paraíba”, fruto do seminário, Marques de Melo e Trigueiro organizaram: Luiz Beltrão: pioneiro das ciências da Comunicação no Brasil, lançado em 2008 pela INTERCOM e a editora da UFPB.

Com o sucesso do X Folkcom, Sérgio Gadini e Karina Woitowicz lançaram o livro coletivo *Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões* (2007).²⁵ Em inspirado prefácio à obra, a então presidenta da Rede Folkcom, Betânia Maciel, faz um balanço dos estudos folkcomunicacionais que estavam começando a se consolidar a partir das ações da Rede Folkcom:

Os estudos da Folkcomunicação são verdadeiros guardiões da cultura de um povo, salvaguardando costumes e tradições ancestrais, que são referências perenes de uma vivência coletiva. Para se trabalhar a Folkcomunicação, a ferramenta necessária é a inspiração permanente e isso os povos excluídos possuem em excesso. Observem os poetas populares, seus versos brotam de seu cérebro e também de seu coração e de sua alma, como as águas de uma cachoeira: impetuosamente, universo de palavras, numa correnteza sem fim, onde abordam, ora temas históricos, ora temas contemporâneos, ora temas mitológicos, ora temas astronômicos. E para falar do passado? Normalmente apresentam uma versatilidade extraordinária, percorrendo sua peregrinação harmônica pelo tempo e pelo espaço. Quando falam do presente, a análise é crítica e humorada, muitas vezes romanceadas e assim desenvolvem a comunicação horizontal como nos tempos da ágora ateniense. A ideia de sintetizar didaticamente as principais referências conceituais através de expressões e tópicos temáticos mais frequentes na área é fundamental para

²⁵ Além de realizar o X Folkcom e publicar o referido livro, a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), por meio dos professores Sérgio Gadini e Karina Woitowicz, desde 2004 editam a edição da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF) que, ao receber sua primeira avaliação em 2007, conquistou o Qualis B (pela classificação mais recente, na área de Comunicação e Informação, a revista é considerada B3). Igualmente importante para a consolidação da Folkcomunicação foi o lançamento *Caderno da Comunicação*, série estudos, nº 17 com o título “Folkcomunicação: a mídia dos excluídos”, pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Em 2008 e 2011 foram lançados os Dossiês Temáticos na revista *Razón y Palabra* (em 2008 e em 2011); Grupo de Folkcomunicação no Congresso Iberoamericano de Comunicação (IBERCOM), a partir de 2009; Organização da seção de Folkcomunicação da Enciclopédia da Intercom; e a publicação do e-book *Territórios da Folkcomunicação*, lançado em 2011, com resultados da “Cartografia da Folkcomunicação” apresentada no Folkcom de 2008.

que esta disciplina seja introduzida nos estudos de Comunicação. Assim, ampliam-se os limites teóricos, práticos e metodológicos dos estudos de Folkcomunicação, fazendo conexões com os estudos das culturas populares, desenvolvimento local, inclusão social, além do papel das tecnologias de informação e comunicação na mediação destes processos, com vistas também à inclusão social. (MACIEL, 2007, p. 11-12).

Ainda em 2008 Trigueiro lançou seu livro *Folkcomunicação e Ativismo Midiático*, importante contribuição à teoria beltraniana. A obra traz uma reinterpretação da figura do mediador cultural (ou líder *folk*), a demonstrar que esse indivíduo não tem somente um papel ativo no processo comunicacional a partir de uma ótica dos estudos culturais latino-americanos. Apresenta o conceito de ativista midiático como o intermediário cognitivo entre os produtores de cultura e os consumidores.

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 (TRIGUEIRO, 2008, p. 47). O ativo exerce uma ação, participa de atividade e está sempre em 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 formação 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).

É importante lembrar que essa percepção do papel de passivo, ativo ou ativista já é uma preocupação de Trigueiro desde os anos 1980, materializada na defesa de seu mestrado. Ainda em 1982, Trigueiro (1983) expõe suas atividades de pesquisa junto ao Núcleo de Pesquisa e Documentação da Cultura Popular (NUPPO) e em relação ao narrador e à comunidade aponta que o programa “não se preocupa apenas em documentar os contos populares, mas em projetar o narrador na sua própria comunidade através de uma política de ação cultural despertando, uma consciência, a nível local, da valorização de sua cultura e da sua memória” (TRIGUEIRO, 1983, p. 300).

Em 2011 a Rede Folkcom ganhou o prêmio Luiz Beltrão, na categoria Grupo Inovador durante o XXXIV INTERCOM, que aconteceu em Recife, na Universidade Católica de Pernambuco. No discurso de agradecimento ao prêmio, o então presidente da Rede Folkcom²⁶, Marcelo Pires de Oliveira, lembrou que:

Temos que desbravar outros caminhos na incessante busca pelo conhecimento no campo da e na comunicação. Aos jovens pesquisadores, assim como eu, surge o desafio de entendermos nas novas mídias, de conhecer os ativistas midiáticos, os marginalizados da cibercultura. E quem sabe com esse contínuo trabalho conquistemos algo que, ainda, é incipiente, a teoria de a Folkcomunicação configurar bis currículos das escolas de comunicação no Brasil, enquanto uma teoria brasileira da comunicação (OLIVEIRA, 2012, p. 313-314).

Em 2014, a Rede Folkcom projetou novas perspectivas de ampliação da área com o fortalecimento entre as redes de pesquisa e a aproximação com novos pesquisadores e instituições acadêmicas internacionais. Assim, a formação da

²⁶ No período de maio de 2011 até meados de 2014 funcionou o Boletim da Rede Folkcom com periodicidade mensal, diagramado por Maria José Oliveira. Pesquisas em rede foram realizadas e publicadas em dossiês temáticos da Revista Internacional de Folkcomunicação (RIF), destaca-se a pesquisa sobre a Folkcomunicação gastronômica, lançado em 2012 – momento em que Karina Woitowicz assumiu a edição da revista –, a partir da temática do evento de 2010. Ainda fruto do XIV Folkcom, editora da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) lançou o livro *A Folkcomunicação no limiar do século XXI*, organizado pelos integrantes do comitê organizador do evento: Boanerges Lopes, Guilherme Fernandes, Iluska Coutinho, Marise Mendes e Maria José Oliveira. É necessário ressaltar o esforço conjunto para a realização do livro *Metamorfose da Folkcomunicação*, organizado por Marques de Melo e Guilherme Fernandes, em 2013. A obra, de mil e cem páginas, traz os principais subsídios para o entendimento de todo o universo que a Folkcomunicação pode se fazer presente e suas ramificações atuais.

ideia dos Encontros Internacionais de Folkcomunicação²⁷ parte da perspectiva de integrar a folkcomunicação às novas demandas científicas desenvolvidas em países periféricos como os latino-americanos além da península ibérica. O principal objetivo é justamente promover esse diálogo da comunicação e da cultura popular a partir de perspectivas teóricas de outros países, dando reconhecimento ao legado beltraniano e ao pensamento comunicacional brasileiro.

Igualmente merece destaque a participação ativa na organização dos congressos internacionais e, especialmente, da concretização da internacionalização da folkcomunicação, com o lançamento do livro em 2016, durante III Encontro Internacional de Folkcomunicação (em edição impressa e e-book) *Folkcomunicación en América Latina: diálogos entre Chile y Brasil*, projeto inicial de Guilherme Fernandes com a aderência imediata de Cristian Yáñez Aguilar²⁸. Outro feito do grupo foi o lançamento da coletânea com textos de Roberto Benjamin narrando o seu legado.²⁹

Em 2017, durante o XVII Folkcom, Eliane Mergulhão³⁰ assumiu a presidência da Rede, com o intuito de manter as diversas atividades acadêmicas e parcerias para realização de eventos. A gestão de Mergulhão foi responsável por fortalecer a presença da Folkcomunicação na Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro (Pensacom Brasil), com um Grupo de Trabalho (GT) de Folkcomuni-

²⁷ O I Encontro Internacional de Folkcomunicação aconteceu em 2014, no auditório do Instituto Universitário da Maia (ISMAI), da cidade do Porto (Portugal) e reuniu pesquisadores do Brasil, Espanha e Portugal. O II, por sua vez, ficou agendado para acontecer em São Paulo, dentro da programação do Orbi (FOLKCOM) Fórum / Br@sil.2015, nos dias 27, 28 e 29 de março de 2015, no Centro Cultural José Marques de Melo, na sede da INTERCOM. Para 2016, a Rede Folkcom, juntamente com a Faculdade de Filosofia e Humanidades, da Universidade Austral do Chile em Valdivia, Chile, promovem a terceira edição do evento. Já em 2019, o IV Encontro Internacional de Folkcomunicação, aconteceu como pré-evento do IBERCOM na Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colômbia).

²⁸ Em 2017 foi lançado *Roberto Benjamin: pesquisa, andanças e legado*. V. 1: *Folkcomunicação e Comunicação Rural*. Participaram da organização do livro: José Marques de Melo, Rodrigo Browne Sartoni, Victor Hugo Valenzuela e Carlos Del Valle Rojas. Igualmente merece destaque, no âmbito internacional, a coletânea de Yáñez Aguilar; Ricarte; Silva (2017).

²⁹ Lançada pela Editora da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), com organização de Guilherme Fernandes, Luiz Custódio da Silva, José Fernando Souza e Silva, Maria José Oliveira, José Marques de Melo e Júnia Martins.

³⁰ Faziam parte da chapa: Guilherme Fernandes (vice-presidente), Sônia Regina Soares da Cunha (dir. financeira), Itamar Nobre (dir. científico), Lawrenberg Adivícula (dir. administrativo) e Júnia Martins (dir. secretária).

cação sob sua coordenação, que igualmente merece destaque por sua participação ativa na organização das Jornadas Beltranianas³¹.

Nos últimos 20 anos, a produção de dissertações e teses voltadas à Folkcomunicação como a principal teoria de análise e/ou como aporte teórico para entender os fenômenos sociais voltaram-se aos estudos do folclore e da cultura popular, como de praxe. No entanto, percebemos uma reinterpretação dos fenômenos abordados pela teoria, que acreditamos se justificar por alguns motivos: a) a criação da Rede Folkcom e os desafios em formar uma nova geração de pesquisadores; b) as conferências, organizadas inicialmente pela Cátedra UNESCO/UMESP e depois assumidas pela Rede; e c) em caráter mais teórico, a nova abrangência, proposta por Benjamin (2017) refletiu nas perspectivas de análise³². O termo folkmídia foi bastante destacado nos títulos da maioria da produção na primeira década do século XXI. No geral, os termos da nova abrangência, como o folkmarketing e o folkturismo não foram utilizados, mas as temáticas são trabalhadas com a mesma perspectiva.

Todo esse panorama só foi possível em virtude das ações da Rede Folkcom durante suas conferências e o estímulo à pesquisa em rede. Outras publicações, para 2020 e 2021, estão sendo preparadas pela atual gestão.

Perspectivas da Folkcomunicação

A folkcomunicação enquanto teoria da comunicação, disciplina acadêmica ou como sistema de comunicação cultural (FERNANDES, 2019), tem demonstrado ampla concepção dos fenômenos culturais, sejam eles dentro ou fora do contexto

³¹ A ideia inicial das Jornadas Beltranianas partiu do professor José Marques de Melo que objetivava encontros itinerantes que tinham como missão debater um dos livros de Luiz Beltrão, especificamente na data de seu nascimento. Foi assim que em agosto de 2010 o grupo de Ponta Grossa assumiu a organização da I Jornada Beltraniana, que aconteceu na UEPG.

³² É importante mencionar que não realizamos uma análise aprofundada de todos os trabalhos. Levamos em consideração os títulos e o resumos de cada um deles.

folclórico e cada vez mais resistido aos fatores limitantes dentro do campo das Ciências da Comunicação. A Rede Folkcom, juntamente com os seguidores de Luiz Beltrão e a nova geração de pesquisadores se dedicou nas últimas décadas a difundir o legado beltraniano e expandir seus conceitos e atualizações, o que entendemos como um desafio cumprido (MARTINS, 2013). No entanto, falta, ainda, à comunidade de pesquisadores da folkcomunicação, um olhar mais crítico e visionário acompanhando de perto as discussões que são pertinentes ao campo da Comunicação. Desta forma, não é mais possível pensar em mídia como sinônimo de veículo de transmissão de comunicação e a sensibilidade folkcomunicacional permite contribuir em formas estratégicas para o exercício da cidadania, e, também, do consumo.

Inicialmente destacamos a necessidade de continuar a difundir a trajetória acadêmica e profissional de Luiz Beltrão – levando em consideração o desconhecimento de seu legado em grande parte da comunidade acadêmica em Comunicação –, com o intuito de resgatar a produção brasileira em comunicação no Brasil, a fim de pensar em novas perspectivas e continuar caminhando com elas.

A pesquisadora Isabel Amphilo (2010), destacou em sua tese que há um problema epistemológico na continuação das pesquisas de Beltrão (1980), e na parte empírica da tese, publicada pela primeira vez, em 2001. Para Amphilo (2010), a folkcomunicação afirma que as elites dirigentes ignoram os grupos afastados dos projetos desenvolvimentistas, mas por outro lado, o povo continua a resistir à imposição de culturas forâneas. Da mesma maneira, Aragão (2017) apresenta algumas inconsistências

Nos capítulos da seção teórica fica nítida a preocupação de LB [Luiz Beltrão] em entender o povo e seus meios de comunicação no intuito de facilitar o acesso das mensagens das elites e a preocupação por haver uma cisão brasileira, de não existir uma unidade nacional. Porém, na segunda parte da tese, a que contém a pesquisa empírica, o autor também apontou que o povo não precisa das elites, pois, apesar dos problemas vividos, tem força para sobreviver, para resistir e para fortalecer seus valores. (ARAGÃO, 2017, p. 45).

A possibilidade de relacionar a folkcomunicação com estudos que apresentam uma outra perspectiva do conceito de cultura talvez tenha sido um fator de grande importância para se pensar a folkcomunicação na sociedade contemporânea, visto que os diferentes conceitos apontados por Beltrão (1980, 2001) acrescentam relativamente aos estudos da comunicação e da cultura.

Fernandes (2017) destaca alguns outros problemas teóricos, dentre eles a difusão da noção de marginalidade no trabalho de Luiz Beltrão e a importância de pensá-la na sociedade contemporânea. A esse ponto de vista, Santana (2020) reforçou que noção de marginalidade apresentada por Beltrão (1980) nos ajuda a entender e definir os grupos que fazem parte da audiência folk, no entanto tal termo tem sido utilizado apenas para identificá-lo, sem maiores questionamentos a respeito da prática midiática e do quanto esses grupos são constantemente mal representados nos espaços midiáticos massivos em uma lógica capitalista dominante.

Adentramos a segunda década do século XXI vivenciando as constantes evoluções na maneira de comunicação entre os indivíduos, que já nos eram anunciadas antes mesmo de seu limiar. Pela primeira vez na história, vivemos uma intercomunicação simultânea em perspectiva global, a partir das novas ferramentas, promovidas pelas tecnologias da informação e da comunicação (TICs), que viabilizaram a uma grande massa de atores sociais uma reconfiguração no modo de se comunicar dentro de suas comunidades, proporcionando aos seus membros se tornarem protagonistas. Assim, temos claro que a folkcomunicação possibilita que os diálogos com uma sociedade contemporânea, que vivencia o digital e o tecnológico, sejam efetivados, assim como os discípulos de Beltrão o fizeram, nas últimas décadas, e como espera-se que continue sendo feito a partir da nova geração de pesquisadores.

Apesar disso, o contexto pandêmico que estamos vivenciado em 2020, está expondo o quanto a comunicação nunca foi global e que indivíduos à margem do sistema massivo continuavam incommunicantes; cenário descrito por Beltrão na década de 1960 que para nós ainda é residual. É falácia dizer que em 2020, no

Brasil, toda população tem acesso (mesmo que remoto) a veículos de comunicação. Os invisíveis dos sistemas de comunicação midiático ainda encontram na folkcomunicação a sua forma de exercer a comunicação inserida em sua prática cultural. Em nível de processos, a marca da oralidade é nítida, rastros do nosso processo civilizatório (que não é, e nunca foi a realidade das pesquisas desenvolvidas nos EUA e Europa). Temos claro que conseguimos muitos avanços até aqui, mas há o desafio de continuar pensando, principalmente diante de um cenário educacional brasileiro que tem apresentado constante retrocesso e desvalorização acadêmica e profissional nas Ciências Sociais Aplicadas.

Referências

- AMPHILO, Maria Isabel. **A gênese, o desenvolvimento e a difusão da folkcomunicação**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.
- ANUÁRIO UNESCO/ UMESP DE COMUNICAÇÃO REGIONAL. São Bernardo do Campo: UMESP, 2.000. n.4.
- ANUÁRIO UNESCO/ UMESP DE COMUNICAÇÃO REGIONAL. São Bernardo do Campo: UMESP, 2001. n.5.
- ARAGÃO, Iury Parente. Ex-voto em pesquisa: base beltraniana. *In*: MARQUES DE MELO, José; SANTOS, Marli. **Mutações em Comunicação: ampliando as fronteiras do Jornalismo** – Luiz Beltrão. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2016. p. 298-305.
- ARAGÃO, Iury Parente. **Elos teórico-metodológicos da folkcomunicação: retorno às origens (1959-1967)**. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2017.
- BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**. São Paulo: Melhoramentos, 1971.
- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: Edupucrs, 2001.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação e classes sociais. *In*: MARQUES DE MELO, José; MORAIS, Osvandro J (org.). **Vozes da distensão e transição**: o debate político na sociedade. São Paulo: Intercom, 2011. p. 287-306.
- BELTRÃO, Luiz. O ex-voto como veículo jornalístico. *In*: MORAIS, Osvandro (org.). **Comunicações e Problemas Luiz Beltrão** – Parte I. São Paulo: Intercom, 2013. p. 43-52.
- BENJAMIN, Roberto (org.). **Itinerário de Luiz Beltrão**. Recife: AIP, 1998.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora UFPB, 2000.
- BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Com. Gaúcha de Folclore, 2004.
- BENJAMIN, Roberto. Parte I: O legado de Roberto Benjamin. *In*: FERNANDES, Guilherme Moreira et al (org.). **Roberto Benjamin**: pesquisas, andanças e legado. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
- BREGUEZ, Sebastião (org.). **Folkcomunicação**: resistência cultural na sociedade globalizada. Belo Horizonte: Intercom, 2004.
- CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.
- FERNANDES, Guilherme Moreira. Folkturismo. *In*: MARQUES DE MELO, José (ed.). **Enciclopédia da Intercom de Comunicação v. 1 conceitos**. São Paulo: Intercom, 2010. CD-ROM. p. 577-591.
- FERNANDES, Guilherme Moreira. Problemas teóricos da Folkcomunicação: exposição de questões. *In*: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO XIX, 2017, Recife. **Anais** [...]. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco/ Faculdades Integradas de Pernambuco, 2017

- FERNANDES, Guilherme Moreira. A Folkcomunicação enquanto sistema da comunicação cultural: É possível, ainda, pensar nessa perspectiva? *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 42º, 2019, Belém. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2019.
- FERNANDES, Guilherme M; SILVA, Luiz Custódio; SILVA, José Fernando S.; MARTINS, Júnia; OLIVEIRA, Maria José; MARQUES DE MELO, José (org.). **Roberto Benjamin: pesquisas, andanças e legado**. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
- GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (org.). **Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões**. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2007.
- GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (org.). **Noções básicas de Folkcomunicação**. Prefácio: Betania Maciel. Ponta a Grossa: Ed. UEPG, 2007. p. 11-13.
- GOBBI, Maria Cristina. Memória da Cátedra Unesco/Umesp: atividades de formação e investigação. *In: Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional 1998*. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 1998. p. 273-298. n. 2.
- GOBBI, Maria Cristina. Apresentação. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2001. p. 11-14. n. 5.
- GOBBI, Maria Cristina; SANTOS, Lana C. N. Aplicações folkcomunicacionais na publicidade. *In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme Moreira, et al. (org.). A Folkcomunicação no limiar do século XXI*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012. p. 103-124.
- HOHLFELDT, Antônio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. *In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira*. São Paulo: Editae Cultural, 2013. p. 876-883.
- KIRT, Sandro. VII Folkcom. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2004. p. 251-253. n. 8.

- LIMA, Maria Érica de O. Institucionalização. In: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 919-926.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Azulão do Bandepe**: uma estratégia de comunicação organizacional. Recife: Edição do autor, 1998.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. Folkturismo: vivências do turismo popular. In: GASTAL S.; CASTRIGIOVANNI, A. (org.). **Turismo na Pós-Modernidade**: (des) inquietações. Porto Alegre: Edipucrs, 2003. p. 111-119.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. Do ex-voto ao folkmarketing. In: BREGUEZ, Sebastião (org.). **Folkcomunicação**: resistência cultural na sociedade globalizada. Belo Horizonte: Intercom, 2004. p. 55-66.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. Discursos organizacionais e o folkmarketing no contexto da Festa Junina. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006. p. 267-277.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. **A festa Junina em Campina Grande-PB**: uma estratégia de folkcomarketing. João Pessoa: Ed. UFPB, 2007.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Festa Junina em Portugal**: marcas culturais no contexto do folkmarketing. João Pessoa: Ed. da UFPB, 2012.
- LUCENA FILHO, Severino Alves de; FERNANDES, Guilherme M. Espaço gastronômico folkturístico: Cajá-PB. In: LOPES FILHO, Boanerges Balbino; FERNANDES, Guilherme Moreira, et al. (org.). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2012. p. 125-139.
- LUYTEN, Joseph. Folkmídia: uma nova visão de folclore e folkcomunicação. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006. p. 39-49.
- MACIEL, Betania. Folkcom – origens da entidade. In: CASTRO, Daniel; MARQUES DE MELO, José; CASTRO, Cosette (org.). **Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil**. V. 2: Memória das associações científicas e acadêmicas de comunicação no Brasil. Brasília: Ipea, 2010. p. 251-263

- MARQUES DE MELO, José (org.). **Identidades culturais latino-americanas em tempo de comunicação global**. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Umesp, 1996.
- MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.
- MARQUES DE MELO, José. **Pragmatismo utópico na República de São Bernardo: Ciências da Comunicação**. Brasil, 1964-2014. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2014.
- MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.
- MARTINS, Júnia. Sedimentação. *In*: MARQUES DE MELO, José; FERNANDES, Guilherme Moreira (org.). **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013, p. 973-981.
- OLIVEIRA, Marcelo Pires. Um novo olhar sobre os processos de comunicação. *In*: MARQUES DE MELO, José; DALLA COSTA, Rosa M.; FONSECA, Jovina (org.). **Paradigmas Brasileiros em Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2012. p. 311-314.
- RETT, Lucimara. Folkpublicidade: a linguagem publicitária do amador. *In*: NOBRE, Itamar; LIMA, Maria Érica O. (org.). **Cartografia da Folkcomunicação: o pensamento regional brasileiro e o itinerário de internacionalização**. Campina Grande: EDUEPB, 2019. p. 485-503. v.1.
- SANTANA, Flávio Menezes. **O Caranguejo e a construção da identidade cultural de Aracaju: uma análise folkcomunicacional**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2020.
- SANTANA, Flávio; LUCENA FILHO, Severino Alves de. A Queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no Contexto do Folkturismo como Estratégia para o Desenvolvimento Local. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 16, p. 251-268, 2018.

- SCHMIDT, Cristina. (org.) **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.
- TAUK, Salett. [Orelha]. *In*: LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Azulão do Bandepe: uma estratégia de comunicação organizacional**. Recife: Edição do autor, 1998.
- TRIGUEIRO, Osvaldo. Pesquisa e documentação da cultura popular na paraíba. *In*: MARQUES DE MELO, José (org.). **Pesquisa em Comunicação no Brasil: tendências e perspectivas**. São Paulo: Cortez, Intercom, CNPq, 1983. p. 296-300.
- TRIGUEIRO, Osvaldo. O ex-voto como veículo de comunicação popular. *In*: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006. p. 151-163.
- TRIGUEIRO, Osvaldo. **Folkcomunicação e Ativismo Midiático**. João Pessoa: Editora UFPB, 2008.
- VALASQUES, Márcia B. Memória da Cátedra Unesco/Umesp 2000: Atividades 2000. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2000. p. 267-292. n.4.
- YÁÑEZ AGUILAR, Cristian; FERNANDES, Guilherme M.; BROWNE SARTORI, Rodrigo; VALENZUELA, Victor Hugo; DEL VALLE ROJAS, Carlos; MARQUES DE MELO, José (org.). **Folkcomunicación en América Latina: diálogos entre Chile y Brasil**. Temuco, Chile: Universidad de La Frontera, 2016.
- YÁÑEZ AGUILAR, Cristian; RICARTE, Élmano; SILVA, Lawrenberg A (org.). **Cenários comunicacionais: entre sociedades industriais e as emergentes**. Porto: Media XXI, 2017.