

COLEÇÃO

GPs 14

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

Organização:
Rose Mara Vidal de Souza
José Marques de Melo
Osvando J. de Moraes

COLEÇÃO
GPs



INTERCOM
SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS
INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO

Presidente – Antonio Hohlfeldt
Vice-Presidente – Marialva Barbosa
Diretor Editorial – Osvando J. de Moraes
Diretor Financeiro – Fernando de Almeida
Diretor Administrativo – José Carlos Marques
Diretora Cultural – Rosa Maria Dalla Costa
Diretora de Documentação – Nélia Rodrigues Del Bianco
Diretor de Projetos – Adolpho Carlos Françoso Queiroz
Diretora de Relações Internacionais – Sonia Virginia Moreira
Diretora Científica – Raquel Paiva
Coordenadora Acadêmica – Iluska Coutinho

Secretaria
Maria do Carmo Silva Barbosa
Genio Nascimento
Jovina Fonseca

Direção Editorial
Osvando J. de Moraes

Presidência
Muniz Sodré (UFRJ)

Conselho Editorial – Intercom

Alex Primo (UFRGS)	Marcio Guerra (UFJF)
Alexandre Barbalho (UFCE)	Margarida M. Krohling Kunsch (USP)
Ana Sílvia Davi Lopes Médola (UNESP)	Maria Teresa Quiroz (Universidade de Lima/Felafacs)
Christa Berger (UNISINOS)	Marialva Barbosa (UFF)
Cicília M. Krohling Peruzzo (UMESP)	Mohammed Elhajii (UFRJ)
Erick Felinto (UERJ)	Muniz Sodré (UFRJ)
Etienne Samain (UNICAMP)	Nélia R. Del Bianco (UnB)
Giovandro Ferreira (UFBA)	Norval Baitelo (PUC-SP)
José Manuel Rebelo (ISCTE, Portugal)	Olgária Chain Féres Matos (UNIFESP)
Jeronimo C. S. Braga (PUC-RS)	Osvando J. de Moraes (Intercom)
José Marques de Melo (UMESP)	Paulo B. C. Schettino (UFRN/ASL)
Juremir Machado da Silva (PUCRS)	Pedro Russi Duarte (UnB)
Luciano Arcella (Universidade d'Aquila, Itália)	Sandra Reimão (USP)
Luiz C. Martino (UnB)	Sérgio Augusto Soares Mattos (UFRB)

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

ROSE MARA VIDAL DE SOUZA

JOSÉ MARQUES DE MELO

OSVANDO J. DE MORAIS

(ORGANIZADORES)

São Paulo
INTERCOM
2014

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

Copyright © 2014 dos autores dos textos, cedidos para esta edição à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Direção

Osvando J. de Moraes

Projeto Gráfico e Diagramação

Marina Real e Mariana Real

Capa

Marina Real

Revisão

Carlos Eduardo Parreira

Organização Técnica

Marthins Machado.

Ficha Catalográfica

Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino

[recurso eletrônico] / Organizadores, Rose Maria Vidal de Souza, José Marques de Melo, Osvando J. de Moraes
– São Paulo: INTERCOM, 2014.

551 p.: il. – (Coleção GP'S: grupos de pesquisa; vol. 14)

Inclui bibliografias.

E-book.

ISBN 978-85-8208-060-3

1. Comunicação. 2. Comunicação-Teorias. 3. Comunicação-Pesquisa. 4. Comunicação de massa. 5. Comunicação de massa-Aspectos sociais. 6. Comunicação de massa-Opinião. I. Vidal de Souza, Rose Maria. II. Marques de Melo, José. III. Moraes, Osvando José de. IV. Título.

CDD-302.2

Todos os direitos desta edição reservados à:

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM

Rua Joaquim Antunes, 705 – Pinheiros

CEP: 05415 - 012 - São Paulo - SP - Brasil - Tel: (11) 2574 - 8477 /

3596 - 4747 / 3384 - 0303 / 3596 - 9494

<http://www.intercom.org.br> – E-mail: intercom@usp.br

6.

Conceitos básicos da Folkcomunicação

MARIA CRISTINA GOBBI¹

Introdução

Nossa cultura é resultado de um Brasil de fusões e de intercâmbios de culturas antigas, como as indígenas, as

-
1. Pesquisadora, pós-doutora pelo Programa de Integração da América Latina (Prolam) da Universidade de São Paulo (USP); docente do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP); docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação; atual vice-coordenadora e professora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital também na UNESP; coordenadora do Grupo de Pesquisa “Pensamento Comunicacional Latino-Americano” do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); diretora administrativa da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). *E-mail*: mcgobbi@terra.com.br.

africanas, as migrantes (japonesa, italiana, alemã, etc) e da própria imigração de norte a sul, de leste a oeste desse país de dimensões continentais. Isso permite a construção de espaços de produção cultural que extrapolam o simples olhar de uma manifestação, festa ou acontecimento folclórico. O entendimento da cultura nacional invade as concepções locais, demonstrando composições globais, gerando uma aura específica, mas não exclusivista representada pelas singularidades culturais de cada povo e de suas construções sociais. Mas, por outro lado, evidenciam sentidos amplos, participativos e interativos nos múltiplos cenários globalizados.

A complexidade de ritmos, de formas, de cores, de cheiros, de sabores, de sons, de valores e de manifestações da cultura nacional configura o patrimônio de uma sociedade, que recheado de importância peculiar garante a preservação do passado e permite a construção do futuro. Esse enriquecimento de signos e de significações apropriado, muitas vezes, pelos meios de comunicação de massa, traduz uma história específica, um ritmo próprio, com peculiaridades mostradas nos tempos históricos e subjetivos, mas que são manifestadas para a contemporaneidade através de múltiplos formatos, que ultrapassam o olhar superficial e encontram o compasso oportuno na simplicidade da vida cotidiana.

Os processos de globalização, pelos quais o mundo atravessa, consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões locais, nacionais e/ou globais. Mas evidenciam uma procura, nem sempre perceptível para os menos atentos, de ações que configuram costumes, credos, valores e outras formas de definir a participação social, muitas vezes presentes em manifestações culturais, repercutindo de forma intensa nas camadas mais populares.

São as formas culturais de um orbe específico e singular, mas não individual e que são incorporadas ao universo

simbólico das comunidades periféricas, formando um mosaico de revelações singulares, mas não únicas, que rompe o isolamento social que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização por um lado, e da marginalização, por outro.

Neste cenário plural as manifestações locais – que permeiam as diferenças regionais – eclodem com implicações sociais, econômicas, políticas e culturais, surgindo manifestações de cultura regional como um produto derivado das diferenças histórico-geográficas-culturais.

Por outro, a busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir espaços mais ou menos homogêneos, têm elevado as possibilidades do desenvolvimento de ações conjuntas e complementares, não somente nas áreas econômica e política, mas cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio desta transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras nacionais e visualizar um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional. O resultado dessa mescla de acepções culturais retrata o Brasil da fé (são muitas e variadas) e dos milagres, das crenças e das esperanças, onde as singularidades locais e regionais se evidenciam através de manifestações populares, que são apropriadas pelos mais diversos locais e setores, como: econômico, político, cultural e social.

Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com ofertas cada vez mais velozes de conhecimentos exige, por outro, que toda essa gama de dados que circulam pelas “infovias” comunicacionais faça parte do cotidiano das pessoas quase que em tempo real. Esse ultimato se insere no mundo do trabalho, do lazer, da economia, da política, da cultura em uma aparente cobrança da inserção do indivíduo nesse contexto.

A relação entre local e global está cada vez mais “evidente”. Os conceitos de nação, nacionalismo, espaço, lugar, fronteira, identidade, entre outros, influenciaram a construção de novos modos de pensar a experiência comunicacional, especialmente aquelas advindas das múltiplas manifestações culturais da população.

Assim, torna-se necessário organizar estratégias entre o velho e o novo, com papéis diversificados que se complementam dinamicamente sem, contudo, perder a “personalidade” de cada um desses eventos que formam a originalidade cultural do povo.

As múltiplas manifestações da cultura popular se constituem como um canal privilegiado para atenuar diferenças e conflitos de interesses, permitindo que se possa verificar que de forma geral estamos vinculados a uma ordem quase corriqueira de ideias, a um propósito comum de bem estar.

As mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo permitem entender que a relação entre cultura, sociedade, política, economia forma um conjunto de trocas, onde todos os atores participam, encenando seus cotidianos em espaços diversificados. Quer como produtores ou como consumidores, estes protagonistas utilizam os mais variados meios e processos de comunicação, sem necessariamente passar pelos meios de massa. Na verdade eles definem formas, formatos tipos próprios de comunicar a cultura, que conjuntamente com múltiplas composições sociais permitem à manifestação e a expressão de ideias, realizando um intercâmbio privilegiado, cujas significações dão identidade a vida cotidiana.

Várias são as facetas da cultura popular e as formas de manifestações presentes na vida cotidiana. Quer por contornos festivos, pela manutenção das tradições, pelas brincadeiras de criança, pela música, pelo canto, pelos símbolos,

pelo cordel, pelas histórias contadas de geração para geração, pelos mitos e lendas ou aquelas devocionais, permeadas por manifestações de fé e de devoção, entre muitas outras. Isso tudo evidencia a maneira como a Folkcomunicação ajuda no entendimento dos vários cenários, dos múltiplos atores participantes da ação comunicativa, dos diversos formatos de comunicar e de suas interações com a cultura, oferecendo significados peculiares para a tradição popular.

São histórias de um povo, expressas no pagamento de promessas, nas festas religiosas, nos amuletos, nas lendas, na reza, no ritmo, nas cantigas de roda, nas fantasias etc., que retrata uma parte significativa da cultura popular e de suas múltiplas formas de manifestações. Ao mesmo tempo, quando utiliza os canais de comunicação, especialmente os jornalísticos e publicitários, permite conhecer e reconhecer os tons de um país, deixando claro não somente as festas e comemorações, mas as dificuldades e as agruras da falta de estrutura social da cidade, do mesmo modo em que demonstra a simplicidade de um povo que sobrevive amparado na força da cultura.

As ações comunicativas, sejam mediadas ou não pelos meios de massa, têm mostrado que na realidade brasileira os “comunicadores folclóricos” expõem os valores tradicionais das pequenas comunidades, evidenciando peculiaridades e significações muitas vezes só percebidas pelos olhos atentos de quem tem a bravura de enxergar nas tradições populares as singulares de sua própria história.

Traçado esse panorama de possibilidades, vamos tratar em linhas gerais do que pode ser entendido como folkcomunicação, preservando sempre a ideia do Mestre Beltrão, mas incorporando as “inovações” das tecnologias tão presentes nesse período contemporâneo.

Conceitos de Comunicação: nuances da Folkcomunicação

Os estudos sobre a folkcomunicação foram um dos principais legados de Luiz Beltrão em sua batalha para conscientizar os estudantes de jornalismo quanto à comunicação coletiva e a seus múltiplos desdobramentos. A atualidade da pesquisa desse pioneiro tem despertado o interesse de diversos grupos, não só no Brasil, mas também na América Latina e em países europeus.

A comunicação e suas múltiplas formas e possibilidades têm desafiado pesquisadores das mais variadas frentes para o seu entendimento, mas como bem já afirmava Beltrão, em 2004,

Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea – sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial. Os grupos constitutivos da sociedade ora estão organizados com uma missão específica a cumprir e interesses definidos a salvaguardar, como é o caso do Estado, da Igreja, do Sindicato ou da Empresa; ora são informais, ligados apenas espiritualmente por certas ideias filosóficas, interesses gerais e experiências comuns à espécie humana – como a Nação, os crentes, os trabalhadores, os consumidores. Há, entretanto, na sociedade contemporânea, não obstante as características próprias e os conflitos de interesses imediatos de cada grupo, uma unidade mental, decorrente da própria natureza humana dos seus componentes e de um universalconsenso. Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de ideias e a um propósito comum: – adquirir sabedoria e experiência para sobreviver e aperfeiçoar a espécie e a sociedade. Sabedoria e experiência, sobrevivência e aperfeiçoamento que só

se conseguem mediante a comunicação, – o processo mínimo, verbal e gráfico pelo qual os seres humanos intercambiam sentimentos, informação e ideias. (BELTRÃO, 2004, p. 53).

Mas as diversidades de meios, personagens e de diálogos que formam a sociedade atual são, entretanto, amplos. Isso faz com que seja necessário determinar alternativas de ampliação do processo comunicativo, afinal todos queremos trocar informações, “ver o outro”, aprender, ensinar, influenciar. Porém, como afirma Luiz Beltrão (2004)

[...] isso faz com que aquele diálogo cara-a-cara, direto, pessoal seja limitado. Para a sociedade de massa, exige-se a comunicação maciça, coletiva, que, utilizando diferentes instrumentos e técnicas, fornece mensagens de acordo com a identidade de valores dos grupos e, dando curso a diferentes pontos de vista, fomenta os interesses comuns, ora desintegrando ora criando solidariedades sociais.

A comunicação coletiva não se faz entre um indivíduo e outro como tal, mas em forma colegiada: o comunicador é uma instituição ou uma pessoa institucionalizada, que transmite a sua mensagem, não para alguém em particular, mas para quantos lhe desejam prestar atenção.

Embora estabelecida através de uma distância de tempo, espaço ou espaço-tempo, entre as partes e, aparentemente, unilateral, desde que, em regra, é feita através de um meio técnico construído de tal forma que somente o comunicador “fala”, constitui um diálogo, tanto como a comunicação pessoal.

Na comunicação coletiva, porém, o órgão comunicador só exerce uma espécie de atividade – a comunicativa. Não há, portanto, interrupções do circuito ou perda de contato entre os dois elementos – o agente e o paciente do processo. Assim, embora a comunicação coletiva seja, tecnicamente, unilateral, os receptores na verdade alimentam o diálogo, utilizando outros meios mecânicos para manifestar a sua reação, que não se reclama seja necessariamente em palavras. Porque a resposta à mensagem, na comunicação coletiva, não é discussão, mas ação.

Simultaneamente com a caracterização da sociedade de massa e o estabelecimento do império dos símbolos, que marcam o auge da competição individual e coletiva, mas reclamam como nunca certo tipo de consenso na ação social, verificou-se a revolução tecnológica na comunicação. Iniciada com a publicação de impressos e a instituição dos correios, foi acelerada neste século² com o cinema, o rádio e a televisão. (BELTRÃO, 2004, p. 54-56)

No século XXI está ocorrendo uma significativa ampliação dos canais de comunicação. Especialmente a partir do advento das tecnologias digitais passou-se a exigir melhor compreensão dos efeitos causados nos processos comunicativos, mediados por esse meio. Assim, faz-se necessário buscar outras e novas escolhas nos “[...] meios, canais, métodos e técnicas para tornar eficientes e produtivas as comunicações” (BELTRÃO, 2004, p. 56). Na esteira das possibilidades ocorre a explosão do ciberespaço onde estão sendo criados negócios, profissões e outras atividades, estimulando novas áreas do conhecimento e acelerando a

2. O professor Luiz Beltrão refere-se aí ao século XX.

busca por informações, conhecimentos e outras formas de expressão cultural.

Com a Internet há uma vasta ampliação dos canais de comunicação. Os “fios” – da grande rede mundial – não têm fronteiras. Ultrapassam todos os limites, sem restrição de cultura, de língua, de posições políticas e de padrões de vida. Não separa por sexo, cor, raça ou religião. Não existe barreira capaz de parar esta trama. Faz parte da vida cotidiana de muitos. E essa aparente igualdade, possibilitada pelo meio, encontra nos comunicadores e nos demais atores produtivos a chance de exercer essa semelhança, não no sentido de produções iguais, mas na oportunidade para todos, independentemente do *status* social, crença, origem, credo, raça, cor, religião ou qualquer outra opção de valores que possa nos distinguir.

Também não podemos perder de perspectiva que uma parte importante do conhecimento e da própria evolução dos processos de comunicação são resultados de produtos que circularam através dos meios massivos, vinculados ou não diretamente a criações da cultura popular urbana, somados ao desenvolvimento da indústria cultural. Por outro lado, não é possível deixar de considerar as circunstâncias desse desenvolvimento, muitas vezes, fruto de uma realidade cruzada por múltiplos fenômenos, tradições e requerimentos culturais, calcados em uma variedade de modelos e de paradigmas teórico-metodológicos que buscam compreender e explicar a vida cotidiana.

Entretanto, como afirma Beltrão (2004, p. 55), somente dados estatísticos sobre a multiplicidade de meios e de canais de comunicação são “[...] insuficientes para apurar os efeitos das mensagens e reaproveitar a reação dos receptores para novas e atualizadas comunicações”. Faz-se necessário conhecer o comportamento coletivo definido por Beltrão como forma essencial para realizar a comunicação efetiva. Assim, deve-se considerar no processo:

1. a personalidade dos grupos organizados aos quais se dirige e de que presume conhecer a maneira de ser e agir como unidade de liderança da comunidade;

2. a situação socioeconômica e cultural da comunidade como um todo, tendo em conta fatores étnicos, condições ecológicas, índice de desenvolvimento, nível educacional, princípios filosóficos motrizes;

3. as diretrizes políticas e a influência das elites dirigentes sobre o todo, considerando o papel relevante das lideranças políticas e os reflexos do seu pensamento e da sua atividade na consciência e na ação coletiva;

4. o quadro psicológico da atualidade universal, pois a nossa comunidade não vive isolada mas é parte do mundo físico e da humanidade inteira, nela repercutindo e alterando as reações tudo quanto afeta o globo terrestre (a natureza) e a sociedade internacional (a espécie humana).

O balanço dos efeitos da comunicação assim realizado permite ao órgão comunicador coletivo escolher o conteúdo e até mesmo alterar a forma das suas novas mensagens. Esse trabalho de interação é o único realmente vital na comunicação coletiva. Sem ele, a mensagem estará irremediavelmente condenada: o órgão comunicador perde a sua energia e dinamismo, aliena-se, silencia. Como na comunicação coletiva não se permite interrupção do circuito ou perda de contacto com a comunidade, o comunicador alienado está extinto, chegou ao fim. (BELTRÃO , 2004, p. 56)

Os grupos organizados da sociedade, afirma Beltrão (2004), precisam conhecer:

[...] os elementos, instrumentos, processo, técnicas e efeitos da comunicação coletiva notadamente quando tais grupos atuam numa área territorial de larga extensão e de diferentes estágios de desenvolvimento econômico e cultural.

Quando para cada parcela da comunidade se faz preciso usar uma linguagem especial, adotar um meio adequado, empregar uma técnica distinta, sem o que o diálogo é difícil, senão impossível. Os grupos organizados não entrarão em comunhão com as diversas outras camadas da sociedade, ficando assim privadas da plena obtenção dos seus fins, do cumprimento satisfatório da sua missão, e, por conseguinte, com os seus interesses definidos ameaçados.

Os observadores estudiosos da realidade e da atualidade brasileira têm assinalado, com sinal marcante da situação nacional, a oposição entre Estado e Nação, entre elites dirigentes e a massa urbana e rural, entre os receptores frequentes das mensagens jornalísticas pelos veículos convencionais e os públicos cegos e surdos a tais veículos e aparentemente mudos e inoperantes. (BELTRÃO, 2004, p. 59)

A atualidade dos estudos do mestre Beltrão, mesmo tendo suas reflexões originais datadas da década de 1960, permite observar que as várias mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo comportaram a relação entre cultura, sociedade, política, economia, formando um conjunto de trocas, onde todos os atores podem participar, quer como produtores ou como consumidores dos bens

culturais produzidos pela indústria cultural ou pelos canais alternativos. Esses protagonistas podem se valer dos mais variados meios de comunicação, encenando seus cotidianos conjuntamente com múltiplas formas de manifestações desses intercâmbios e de suas significações.

Também existe a necessidade de conhecer sobre as maneiras como o povo reage às sugestões que lhe são feitas cotidianamente pelos meios de comunicação de massa. Não é possível, como afirma Beltrão (2004, p. 59), continuar acreditando que a “[...] população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, outro modo de crer e decidir” sem ter participação ativa neste cenário de construção e de troca. É imprescindível analisar os panoramas, as formas, os meios, as consequências e os atores sociais envolvidos em todo o processo. “A nossa elite, inclusive a elite intelectual, tem o ‘folk-way’ das classes trabalhadoras das cidades e do campo apenas como objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária” (BELTRÃO, 2004, p. 59) e é isso que precisamos modificar.

Nesse sentido, para uma melhor compreensão dos conceitos defendidos por Luiz Beltrão e de suas implicações nos processos comunicativos-sociais vale a recuperação de suas primeiras incursões pelo campo da comunicação e da coroação de seus esforços de entendimento com a criação da Folkcomunicação. Nela o mestre detalha as várias facetas da cultura e das múltiplas formas de manifestações populares que estão presentes na vida cotidiana, estabelecendo maneiras de compreender o processo comunicativo para além da simples mediação com o meio massivo. Além de evidenciar o modo como a Folkcomunicação ajuda no entendimento dos vários cenários, dos múltiplos atores participantes da ação comunicativa e de suas interações com a cultura e com a mídia de massa.

Folkcomunicação e o cenário comunicativo

Mas o que é mesmo Folkcomunicação? O jornalista Beltrão se incomodava muito com a falta de comunicação entre Governo e povo, elite e massa. Desde suas primeiras reflexões e ações já chamava a atenção para o descaso por parte da elite dominante e do poder instituído para com a cultura que emanava (emana) do povo.

Beltrão (2004) relata que a partir de suas pesquisas iniciais, acompanhando os dados estatísticos sobre os meios de comunicação de massa, como a circulação de jornais e revistas, números sobre ouvintes, telespectadores ou mesmo frequentadores das salas de cinema, quando comparados com a população nacional, ao nível cultural, à capacidade aquisitiva e à distribuição demográfica pelo território nacional, os dados traziam informações que geravam muitas inquietudes para um jornalista atento, que acreditava na comunicação como um processo amplo e plural. Assim, interrogava-se o mestre,

Como se informavam as populações rudes e tardes do interior de nosso país continental? Por que meios, por quais veículos manifestavam o seu pensamento, a sua opinião? Que espécie de jornalismo, que forma – ou formas – atenderia à sua necessidade vital de comunicação? Teria essa espécie de intercâmbio de informações e ideias algo em comum com o jornalismo, que passei a classificar de “ortodoxo”? E não seria uma ameaça à unidade nacional, aos programas desenvolvimentistas, aos nossos ideais políticos e à mesma sobrevivência de homem brasileiro, como tipo social definido, o alheamento em que nós, jornalistas enigmática, que é a comunicação sub-reptícia de alguns milhões de cidadãos alienados do pensamento das elites dirigentes? (BELTRÃO, 2007, p. 30)

O resultado que chegou Beltrão, amparado por outras investigações realizadas em diferentes áreas do conhecimento, como a sociologia, antropologia, os estudos políticos e econômicos, é que estávamos diante de dois brasis.

Um em franco desenvolvimento cultural e econômico; outro, marginalizado, entravando os planos de progresso. Um respondendo com maior ou menor desenvoltura aos apelos dos meios de comunicação coletiva; outro não suscetível dessa influência e, por conseguinte, alienado dos objetivos pretendidos pela elite. Um acreditando nas metas desenvolvimentistas e mudando os seus padrões de comportamento ao influxo das ideias e das técnicas novas, difundidas, sobretudo pelos veículos jornalísticos; outro crendo apenas nos seus “catimbós³” e rejeitando até mesmo uma argumentação lógica, fundamentada em causas e efeitos para aferrar-se aos seus preconceitos, hábitos e costumes tradicionais, e permanecendo surdo às mensagens jornalísticas convencionais. (BELTRÃO, 2007, p. 37)

Frente a este cenário o Mestre Beltrão foi buscar na literatura, na história, nos ritos, nas festas populares, na população em geral e em outros espaços comunicativos respostas para suas indagações. A primeira constatação é que embora as manifestações populares possuam origem em espaços de tempos remotos, elas expressam não o passado, mas os

3. Nota da autora: Em linhas gerais pode-se ser definido como atividades mágico-religiosas, conhecidas desde o séc. XVII, originárias do Nordeste brasileiro e que resulta da fusão entre as práticas de magia provenientes da Europa e rituais indígenas de pajelança, que foram incorporados ao contexto das crenças do catolicismo. Em alguns locais também são notadas algumas influências africanas aos vários tipos de ritos.

desabafos e sentimentos que estão sendo vivenciados pelas populações marginalizadas. “Revestem-se de atualidades e não de memória”. Para Beltrão (2007), amparado pela tese sobre a dinamicidade do Folclore defendida por Edson Carneiro (1965, p. 2), “[...] sob a 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”.

Assim, o resultado permitiu a Beltrão concluir que ocorreu uma adaptação ou uma readequação dos instrumentos utilizados pelo povo para estabelecer a comunicação. Ou seja, sucedeu um enriquecimento dos formatos e dos processos no sentido de ultrapassar o fato de que poucos tinham acesso aos meios de massa, gerando uma harmonização no acesso a informação através de outros mecanismos comunicativos. Igualmente, observou o mestre que as formas de viver e de comunicar da população marginalizada,

[...] acham-se presentes nos improvisos dos cantadores e nas novidades trazidas e levadas pelos caixeiros-viajantes e choferes de caminhão, o encantamento das estórias e lendas, que transmitiam no seu simbolismo as normas de conduta aos clãs primitivos, [...] também é proporcionada nos nossos dias pelo folheto impresso em prelos manuais e difundido através da literatura do cordel, pelos almanaques editados por laboratórios farmacêuticos, pelas revistas de época largamente adquiridas no São João, no Natal, no Carnaval, nos novenários e celebrações de santos padroeiros. (BELTRÃO, 2007, p. 39-40)

Após estas constatações e aliando não somente as características do jornalismo, mas do pesquisador, Beltrão passa a explicar que esse tipo diferenciado de transmissão de notícias, expressão de ideias e reivindicações sociais coletivas

poderiam denominar uma nova forma de entender os processos comunicativos para além do acontecimento em si e sem necessariamente a mediação de um meio de comunicação de massa. Nasceu desta forma o conceito inicial sobre a Folkcomunicação. Destarte, para Beltrão a **Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore**⁴. (BELTRÃO, 2007, p. 40)

Posteriormente à identificação formal do novo processo o mestre afirmou ter continuado suas pesquisas, objetivando não somente a ampliação e o aprofundamento do conceito, mas a partir da assimilação dos atributos dessa identificação, foi possível comparar “[...] com aqueles do jornalismo convencional e erudito”. Porém, adverte Beltrão, “[...] nem toda manifestação folclórica é jornalística”. Tal recomendação deve ser observada pelos estudiosos, quando da seleção de seus objetos e objetivos de estudo, na atualidade. (2007, p. 39–40)

Desafios para as novas gerações

Os alunos dos cursos de comunicação, quando dos estudos sobre as Teorias da Comunicação, especialmente quando é apresentada a Folkcomunicação como a primeira Teoria brasileira, expõem questionamentos muito importantes, como por exemplo: quais ritos, festas, qual período, que outros tipos de manifestações populares podem ser estudados dentro dos conceitos da Folkcomunicação? O olhar deve recair para além das escolhas dos objetos de pesquisa. É necessário que antes a visão contemple não a manifestação popular em si,

4. Grifo do autor.

mas os processos comunicativos que são readequados, reinventados, recriados, incorporados, modificados ou mesmo assimilados e adaptados pela população para estabelecer o processo comunicativo. Não devemos ter o olhar do folclorista que vai estudar com propriedade a manifestação, mas o direcionamento do comunicólogo que vai investigar o processo comunicativo utilizado para revelar as reivindicações do povo, sejam elas permeadas por suas angustias e necessidades, sejam simples manifestações de preservação da identidade.

Como sugestões aos alunos, especialmente aqueles que pretendem enxergar outras formas de entender o processo da comunicação aliado à prática jornalística e publicitária, é de que leiam a obra do Mestre Luiz Beltrão. Quer seus estudos iniciais ou atualizações feitas por seus discípulos, como: Roberto Benjamin e José Marques de Melo e por estudiosos como Antonio Hohlfeldt e Osvaldo Trigueiro. Ou ainda as releituras realizadas pela nova geração de pesquisadores que tem nos estudos da Folkcomunicação suas linhas de investigação.

Pode-se mencionar que espaços como a Rede Folkcomunicação que desde 1998 vem trazendo contribuições importantes para o entendimento deste campo de estudos, ou os trabalhos apresentados nos grupo da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) ou da ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), além de outros ambientes de pesquisa, como a própria internet, se constituem em espaços privilegiados de investigação.

É necessário atualizar os conceitos da Folkcomunicação, incorporando as nuances das redes digitais, das mídias sociais, além das mudanças nas formas e nos formatos de produzir, transmitir e receber informações. Há um leque de questões que ainda precisam ser respondidas. Não somente com referência as interseções entre Folkcomunicação e as carreiras específicas da comunicação, como: jornalismo, publicidade,

relações públicas etc, mas incorporando outros olhares, outras mídias, novos cenários. É necessário conhecer, ampliar e discutir os métodos, metodologias e técnicas da pesquisa nessa área, como também retomar os estudos iniciais e conhecer a vida e a obra do mestre Beltrão, entre outras provocações.

O professor Marques de Melo tem nos desafiado constantemente para a ampliação das pesquisas em Folkcomunicação, especialmente aqueles capazes de aliar as possibilidades da prática jornalística com os princípios teóricos da Folkcomunicação, de forma a possibilitar a sistematização de metodologias e de tipologias que atendam as demandas da Folk. Há um leque de sugestões dadas por ele nas muitas palestras e conferências que tem ministrado sobre o tema. A título de compartilhar esses desafios, conquistando novos pesquisadores para a área, a seguir está disponibilizada uma lista de sugestões e outras mais podem ser incorporadas. Trata-se apenas de propostas que podem despertar na nova geração de pesquisadores os desafios para a investigação no campo da Folkcomunicação, ampliando assim o grupo e sedimentando os conhecimentos já realizados.

Desafio / tema / problema	Questões, sugestões para serem investigadas e resolvidas
Que tipo de jornalismo praticou Luiz Beltrão?	Quais as relações existentes entre os temas das suas reportagens e os objetos de estudo que o consagrariam como pesquisador acadêmico? Em que medida sua prática jornalística repercutiu no conteúdo da obra publicada (tese ou livros)? Como o jornalismo do seu tempo está refletido na literatura que produziu? Quais as influências intelectuais que recebeu no período de formação? Que diálogos intelectuais manteve com seus pares acadêmicos?

Como transferiu seu legado intelectual a discípulos e colaboradores?	Como assimilou as correntes intelectuais da sua época? → à doutrina social católica; marxismo-leninismo; funcionalismo norte-americano; doutrina da segurança nacional; nova ordem mundial da comunicação etc. Qual o preço que pagou pelo não alinhamento com as duas correntes em confronto na conjuntura pós-1964? Qual o papel desempenhado na corrente de pensamento denominada Escola Latino-americana de Comunicação?
Relações intelectuais com seus contemporâneos:	Anibal Fernandes, Agamenon Magalhães, Gilberto Freyre, Câmara Cascudo, Edison Carneiro, Alceu Maynard de Araújo, Francisco Julião, Helder Câmara, Paulo Freire, Celso Kelly, Fernando Segismundo, Freitas Nobre, Adisia Sá, Alberto André
Permanência e Atualidade do Pioneirismo Beltraniano:	Teoria do Jornalismo; Pedagogia da Comunicação; Midiologia Comparada; Folkmídia.
Atuação jornalística	Diário de Pernambuco; Folha da Manhã; Asapress; France Presse; Rádio Clube de Pernambuco Liderança profissional: Associação da Imprensa de Pernambuco; Sindicato dos Jornalistas de Pernambuco; Federação Nacional dos Jornalistas; União Católica Latino-americana de Imprensa
Itinerário mundial	Como jornalista: Europa, China, Estados Unidos e América Latina; Como acadêmico: CIESPAL, UCIP [...]

Percorso literário	Estreia – Pernambuco, anos 1950; Maturidade – Brasília, anos 1980
Incursões pelas Relações Públicas	Recife – anos 1950 e 1960; Brasília – anos 1970
Contribuições pedagógicas	Renovador do ensino de jornalismo – Recife, Quito, anos 1960; Dinamizador da pesquisa em comunicação – Brasília, São Paulo, anos 1960-1970
Folkcomunicação na internet	Gêneros: Folkcomunicação Oral; Folkcomunicação Visual; Folkcomunicação Icônica; Folkcomunicação Cinética; Novos estudos, outros gêneros ou formatos?

Como bem vem afirmando o professor José Marques de Melo – em seus textos e conferências sobre o tema – se faz urgente e fundamental que os resultados destas investigações possam observar as tendências relevantes, mapeando comparativamente os fenômenos no tempo e no espaço, possibilitando a atualização dinâmica da Folkcomunicação como disciplina acadêmica. Fica então o desafio para todos aqueles que estão ou que desejam contribuir para a fundamentação desta Teoria.

Luiz Beltrão: breve perfil

Luiz Beltrão de Andrade Lima, nascido em 8 de agosto de 1918, religioso fervoroso, quando jovem sonhava ser padre. Filho de Francisco Beltrão de Andrade Lima, cirurgião-dentista, e

de Maria Amália de Andrade, de família classe de média. Desde criança, teve na religiosidade uma fonte de inspiração. Em 1930, entrou para o Seminário de Olinda. Influenciado pelo Padre Costa, diretor do Seminário, Beltrão descobre que sua grande vocação encontra-se fora dos seus portões. As diferenças entre o mundo em que vivera e o que se descortinava, fez com que Luiz Beltrão encontrasse no jornalismo um novo horizonte.

O *Diário de Pernambuco*, em 1936, no cargo de revisor foi seu primeiro contato com a nova profissão. “Sua formação humanística contribuiu para ressaltar a habilidade de escrever, a sensibilidade do escritor, a personalidade criativa, a inquietação do observador”⁵. Qualidades que o levaram à profissão de jornalista, recebendo o registro em 1940. Atuou em rádio, revistas, agências e assessoria de imprensa, acumulando experiência que incluiu passagens pelo DIP, e pela presidência da Associação de Imprensa de Pernambuco e sua participação na criação do Sindicato dos Jornalistas Profissionais. Também trabalhou em diversos jornais como *Diário de Pernambuco*, *Correio do Povo* e *Jornal Pequeno*, nas agências de notícias *Asa Press* e *France Press* e nas revistas *Tudo*, *Guanabara Press*, *São Paulo Press* e *Capibaribe*. Exerceu a profissão durante quase 30 anos.

Em 24 de outubro de 1986, o país perde um dos mais brilhantes cientistas sociais desse século. Morre Luiz Beltrão. Ele deixou uma importante produção acadêmica e literária. Além de seus vinte livros, diversas apostilas e artigos, organizou o currículos de diversas faculdades por todo Brasil, ministrou cursos nas áreas do jornalismo, relações públicas, opinião pública e ensino de comunicação. Dedicou sua vida ao ensinar, aprender e discutir jornalismo, sua grande paixão intelectual.

5. Rosa Nava, **Pensamento Comunicacional Latino-Americano – Luiz Beltrão**, trabalho de curso, p. 8. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, em 1998. Não publicado.

Considerações Finais

Embora Beltrão seja lembrado por suas teorias Folkcomunicacionais, consideradas por muitos estudiosos como a primeira teoria genuinamente brasileira, seu legado transcende esse universo. Foi o jornalismo sua grande paixão. Através de seus estudos foi possível conhecer um “fazer jornalismo” de forma coerente com a realidade nacional, tendo a coragem como meta no descobrimento de novos caminhos.

É importante que possamos entender as aproximações e as interseções entre a Folkcomunicação, Folclore, Comunicação e as práticas comunicativas, de forma a incluir as mediações culturais (erudita ou massiva) e seus produtores situados nas comunidades periferias da sociedade. A instância mediadora entre a cultura massiva e a popular deve propiciar novos olhares e desafios, fazendo com a Folkcomunicação seja incorporada como disciplina nos cursos de comunicação do Brasil. Somente assim conseguiremos ampliar as pesquisas oferecendo dados essenciais para que de fato ela se torne uma especialidade legitimada e reconhecida pelo campo da comunicação.

Referências

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 (tese de doutorado), Brasília, Universidade de Brasília, 1967. (Esta obra foi recentemente publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001).

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

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: conceitos e definições. IN: GOBBI, Maria Cristina. **Folkcomunicação**: a mídia dos excluídos. Cadernos da Comunicação nr. 17 – série Estudos. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio, 2007.

CARNEIRO, Edison. **A dinâmica do folclore**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

MARQUES DE MELO, José. O folclore midiático. In: **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

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

NAVA, Rosa. **Pensamento Comunicacional Latino-Americano**: Luiz Beltrão. Trabalho de curso, apresentado para a disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, ministrada pelo professor José Marques de Melo, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo, curso de doutor