

PANORAMA DA COMUNICAÇÃO E DAS TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL



VOLUME 2



Brasília-DF
2010



Folkcom - Origens da entidade

Betania Maciel¹

Introdução

Podemos afirmar que a teoria da Folkcomunicação é a primeira teoria brasileira das Ciências da Comunicação e da Informação. Nasceu sob a égide de outras duas iniciativas pioneiras: a fundação do primeiro Instituto de Ciências da Informação, ICINFORM, e sua publicação oficial, o primeiro periódico de estudos e pesquisas científicas em Comunicação do país, *Comunicações & Problemas*. Foi assim que a cultura popular, como objeto de estudos científicos, ganhou dimensões multidisciplinares.

De 1961 até sua morte, em 1986, o jornalista e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão (1918) preocupou-se em instalar e solidificar as bases da educação superior e formação de jornalistas. Por influência do Ciespal, agregou às suas metas o incentivo à pesquisa sobre cultura e comunicação. No primeiro periódico científico de estudos e pesquisas em comunicação do país, *Comunicações & Problemas*, inspirado na publicação de excelência da época, *Journalism Quarterly*, lançou as bases para a pesquisa de uma nova disciplina, a Folkcomunicação. Já no primeiro número publica o artigo “O ex-voto como veículo jornalístico”, a semente germinal das pesquisas em Folkcomunicação. Segundo definição do próprio autor, o “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”. O universo da pesquisa proposto estende-se para o estudo dos processos comunicacionais de significação, mediante o entendimento do funcionamento das estratégias e enunciações, dos discursos, da produção e recepção de manifestações culturais populares. 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, 2007).

A Folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do Folklore, é bom que se destaque. É o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, sociabilizam-se, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando

¹ Presidente da Rede Folkcom. Professora titular da Faculdade Integrada de Pernambuco. Doutorado em Comunicação pela Umesp, São Bernardo. Professora do Programa de Mestrado em Extensão Rural para o Desenvolvimento Local - POSMEX na Universidade Federal Rural de Pernambuco UFRPE, professora titular da Faculdade Santa Maria e da Faculdade Boa Viagem.

apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT,2002).

A Rede Folkcom

A ideia de criar uma rede de pesquisadores da Folkcomunicação nasceu, durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) em 1995, como evento preparatório para a instalação da Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional nesta instituição.

Sob a coordenação do professor José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na UMESp, em agosto de 1998, onde foi criada a Rede Folkcom. Desde então seus pesquisadores vêm assumindo um papel decisivo no resgate do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão. Entre outras contribuições do mestre, José Marques de Melo destaca “as ideias sobre interação entre cultura popular, cultura midiática e cultura eruditas, decisivas para neutralizar o preconceito que certos segmentos da nossa intelectualidade esboçam em relação ao saber popular”.

A Cátedra UNESCO possui um papel fundamental nesse processo, como incentivadora e catalisadora de ações. Além de promover as conferências anuais, a Cátedra decidiu realizar uma série de pesquisas comparativas, com a finalidade de dar sentido acadêmico à Rede que começava a se constituir. A primeira foi realizada em 1996, focalizando as imagens midiáticas do Natal brasileiro.

Porém, há um longo caminho a percorrer na luta para que a Folkcomunicação seja aceita plenamente pela academia. Segundo ainda Marques de Melo (2006),

“A resistência acadêmica a novos campos da pesquisa faz parte da trajetória conservadora das nossas universidades. As culturas popular e massiva, mesmo depois de meio século da presença dos estudos de comunicação no Brasil, ainda continuam a ser vistas com menosprezo por setores universitários geralmente ancorados em postulados dogmáticos. Isso, contudo, não nos deve atemorizar. Cabe aos pesquisadores de Folkcomunicação, como de outras disciplinas conexas, enfrentar as resistências no plano teórico, argumentando, além de avançar na produção de conhecimentos capazes de demonstrar a pertinência dos referenciais escolhidos. A legitimação dos novos campos do saber demanda tempo, competência e perseverança. Quanto mais se avoluma e adquire densidade um novo segmento investigativo, é natural que suscite reações, especialmente daqueles que se sentem ameaçados ao constatar que perderam a hegemonia intelectual. Estamos vivendo uma conjuntura marcada pelo pluralismo teórico e metodológico, onde há espaço para todas as correntes de idéias”.

Em 2004, constituiu-se a organização não governamental Rede Folkcom - Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. Institucionalizada como associação civil sem fins de lucros, seu objetivo é legitimar a Rede como um núcleo gerador de reflexões, com uma visão totalizadora do contexto da cultura popular, do folclore e da mídia dentro dos processos de comunicação social mediatizada.

Os pontos que norteiam as ações da Rede Folkcom são:

- 1- Delinear o campo da Folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;
- 2- Compreender o contexto da Folkcomunicação a partir da localização do homem: na festa, na culinária, no artesanato, na música, na religião, na arquitetura, no trabalho, etc;
- 3- Realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, e o público que se destina;
- 4- Intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados a Rede Folkcom e com novos pesquisadores de outras organizações de pesquisa, inclusive internacionais;
- 5- Promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;
- 6- Divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

Conferências Brasileiras de Folkcomunicação e abordagem dos principais focos da pesquisa

Os eventos realizados pela Rede contemplam temáticas diretamente relacionadas aos meios de comunicação e aos meios interativos para a realização do processo folkcomunicacional. É importante observar que os encontros da Rede Folkcom têm se preocupado em definir previamente um recorte de estudo dentro do âmbito da Folkcomunicação. A finalidade de tal postura está em estimular a reflexão e produção acadêmica com referenciais e parâmetros comuns, além de proporcionar uma concentração mais sistematizada em determinadas temáticas de acordo com os aportes contextuais (SCHMIDT, 2006).

Encontros realizados pela Rede Folkcom seguidos dos temas dos congressos para visualizar as temáticas discutidas nestes eventos:

- I Folkcom'98 - Universidade Metodista de São Paulo -UMESP – São Bernardo do Campo – SP. **Tema: I Conferência Brasileira de**

FolkComunicação;

- II Folkcom'99 – Fundação de Ensino Superior de São João del-Rei - FUNREI - São João del Rei – MG. **Tema: Homenagem especial ao centenário de nascimento do folclorista Luís da Câmara Cascudo;**
- III Folkcom'2000 - Universidade Federal da Paraíba - UFPB- João Pessoa –PB. **Tema: Folclore, Mídia e Turismo;**
- IV Folkcom'2001 - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS -Campo Grande -MS. **Tema: As festas populares como processos comunicacionais;**
- V Folkcom'2002 - Centro Universitário Monte Serrat -UNIMONTE-Santos –SP. **Tema: A imprensa do povo;**
- VI Folkcom'2003 – Faculdade de Filosofia de Campos- Curso de Comunicação Social Campos de Goytacazes – RJ. **Tema: Folkmídia. Difusão do folclore pelas indústrias midiáticas;**
- VII Folkcom'2004 – UNIVATES - Centro Universitário - Lajeado –RS. **Tema: Folkcomunicação Política.**
- VIII Folkcom'2005 - CEUT -Terezina –PI. **Tema: A comunicação dos pagadores de promessas: Do ex voto à indústria dos milagres;**
- IX Folkcom'2006 - Universidade Metodista de São Paulo – UMESP - São Bernardo do Campo –SP. **Tema: Folkcomunicação e cibercultura a voz e a vez dos excluídos na arena digital;**
- X Folkcom'2007 - Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR) - Programa de Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas. **Tema: A comunicação dos migrantes - Fluxos massivos, contra-fluxos populares**

Analisando as tendências existentes no país e suas perspectivas, neste ano de 2007, comemoraram-se os dez anos do evento, tendo como abordagem as perspectivas de pesquisa em Folkcomunicação que reconhecem como uma de suas bases elementares a cultura dos “marginalizados”, entendida como espaço de comunicação e expressão de modos de agir, crenças e referências identitárias.

Nesta abordagem, Luiz Beltrão (1980 e 2001) menciona a existência de três tipos de exclusão: grupos rurais marginalizados, grupos urbanos marginalizados e grupos culturalmente marginalizados. Embora esta perspectiva tenha sido pensada em um contexto que remete aos anos de 1950 e 1970 no Brasil, ainda mantém sua atualidade e pertinência, permitindo determinadas contextualizações em torno desta temática. A proposta temática, baseada nas contribuições dos processos imigratórios e migratórios na construção da cultura, permite alguns

percursos teóricos pertinentes na atualidade, oferecendo elementos para pensar as expressões da Folkcomunicação diante do multiculturalismo que marca a sociedade brasileira contemporânea. Em meio aos conflitos pela afirmação das identidades, percebe-se nas mais diversas cidades e regiões do Brasil a preservação de expressões artísticas (danças, músicas, artesanato, traços lingüísticos, etc), valores culturais, lendas e demais marcas identitárias originárias dos imigrantes.

Do mesmo modo, os fluxos internos no País permitem um intercâmbio de características e elementos dos grupos sociais que incorporam constantemente referenciais regionais, (re)significando sua cultura a partir de influências dos meios de comunicação de massa e da comunicação popular. Este processo de mediações remete à apropriação simbólica das matrizes culturais, em que as manifestações dos grupos sociais misturam-se em meio ao popular e ao massivo, ao local e ao global, estabelecendo mecanismos de identificação com outras culturas.

- XI Folkcom'2008 - Neste ano a cidade de Natal comemorou o 110º. Aniversário de nascimento do etnógrafo Luis da Câmara Cascudo, precursor dos estudos folkcomunicacionais, sendo homenageado pela UFRN, INTERCOM e Rede FOLKCOM, com a realização de um concurso nacional sobre o tema: Incursões de Câmara Cascudo pelo território folkcomunicacional. A entrega do Prêmio foi feita na abertura da XI Conferência Brasileira de Folkcomunicação, evento programado para o pré-congresso da INTERCOM, tendo como tema os **“Impasses teóricos e desafios metodológicos da Folkcomunicação”**.
- XII Folkcom 2009 - Com o tema **“Caipiras Folkmidiáticos: As múltiplas faces do Jeca”**, a XII Conferência Brasileira de Folkcomunicação foi realizada em Taubaté, no interior do estado de São Paulo, nos dias 11 a 13 de novembro de 2009. O evento científico realizou-se em parceria com a Universidade de Taubaté (UNITAU), SESC, Cátedra UNESCO/Metodista de Comunicação e Rede FOLKCOM.
- XIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação Folkcom 2010. O tema deste ano é **Esteja a gosto, sabores e saberes populares: a folkcomunicação gastronômica**. O evento será realizado na UESC – Universidade Estadual Santa Cruz em Ilhéus, Estado da Bahia, nos dias 11 a 14 de novembro de 2010.

Contribuições metodológicas e perspectivas de fortalecimento

A Rede Folkcom está voltada às pesquisas relacionadas ao estudo da comunicação na cultura popular ou no folclore. Como rede de pesquisa, integra atividades promovidas por seus membros pesquisadores no âmbito da realização de pesquisas, encontros, seminários, ressaltando também a ferramenta da publicação científica

como forma de institucionalizar e fazer avançar o campo.

Um grupo de 24 pesquisadores doutores vinculados à Rede Folkcom, desenvolvem pesquisas de Folkcomunicação, liderando grupos em 16 (dezesesseis) instituições acadêmicas, como:

José Marques de Melo (Doutor-UMESP)
Roberto Benjamin (Doutor-UFRPE),
Osvaldo Trigueiro (Doutor-UFPB),
Maria Cristina Gobbi (Doutor-UMESP),
Antonio Hohlfeldt (Doutor-PUC-RS),
Cristina Schmidt (Doutor-UMC-SP),
Sebastião Breguez (Doutor-UFV-MG),
Samantha Castelo Branco (Doutora-UFPI),
Severino Lucena (Doutor-UFPB),
Betania Maciel (Doutora-UFRPE),
Antonio Teixeira Barros (Doutor-UNICEUB-DF),
Luis Custódio da Silva (Doutor-UEPB),
Maria Érica Oliveira (Doutor-UFRN),
Marcelo Pires de Oliveira (Doutora-UESC-BA),
Fábio Corniani (Doutor-UMESP),
Sergio Gadini (Doutor-UEPG-PR),
Karina Woitowicz (Doutora-UEPG-PR),
Jacqueline Dourado (Doutora-UFPI),
Marcelo Sabbatini (Doutor – UFPE),
Irenilda de Souza Lima (Doutora – UFRPE).

As pesquisas de Folkcomunicação rompem fronteiras e se expandem para alguns países da América Latina e da Europa através dos estudos de:

Carlos Nogueira (Doutor-Universidade do Minho - Portugal),
Carmen Gomes Mont (Doutora-México),
Carlos Arroyo (Universidade Javeriana- Bolívia)

Esmeralda Vilegas (Doutora-México).

Existem também Grupos de Trabalho de Folkcomunicação nos encontros periódicos das principais instituições no Brasil e Exterior que cuidam das Ciências da Comunicação e da Informação como a ALAIC (Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação) e a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), explorando as seguintes interfaces:

- Teoria e Metodologia da Folkcomunicação;
- Folclore, Cultura Erudita e Cultura de Massa;
- Manifestações espontâneas da Folkcomunicação;
- Intermediações Folk-Midiáticas no Turismo;
- Intermediações Folk-Midiáticas e Publicidade;
- Intermediações Folk-Midiáticas e Relações Públicas;
- Intermediações Folk-Midiáticas e religiosas;
- Intermediações Folk-Midiáticas na literatura;
- Intermediações Folk-Midiáticas nas telenovelas;
- Intermediações Folk-Midiáticas no cinema.

Já a *Revista Internacional de Folkcomunicação* (*Revista Folkcom* - ISSN 1807-4960) tem Qualis B/Nacional, na área de avaliação Multidisciplinar, conforme avaliação Capes triênio 2006/2008. Suas edições estão disponíveis na Internet para acesso e consulta gratuita². Em seu oitavo ano de existência, a versão eletrônica da *Revista* mantém a periodicidade semestral (com lançamentos em março e agosto). O aumento do número de textos e materiais se tem recebido para publicação confirma a canalização acadêmica de uma demanda de produção na área e, ao mesmo tempo, fortalece a proposta editorial que é liderada pelo editor, professor Sérgio Luiz Gadini. Os textos veiculados evidenciam a diversidade temática da Folkcomunicação.

Em 2005, o pesquisador José Carlos Aronchi produziu o vídeo “Ver e Entender a Folkcomunicação”, com a temática da comunicação desenvolvida por especialistas sobre o tema “Folkcomunicação”. Pesquisadores da ordem de José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Sebastião Breguez, Antonio Hohlfeldt, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schimdt falam de suas experiências no reforço desta nova teoria da comunicação. Através destes depoimentos, podemos constatar que existem diversas possibilidades para estudar a Folkcomunicação, com a combinação de enfoques. E como comenta José Marques de Melo, configura-se

² Disponível em <http://www.uepg.br/revistafolkcom>

uma oportunidade, (...) “por ser um campo virgem a ser pesquisado no Brasil”.

Em 2006, depois do mandato inicial de Cristina Schmidt, a professora Betania Maciel assume a nova presidência da Rede que se propõe como objetivo fortalecer esta rede de pesquisa através da captação de associados e do fornecimento de serviços diferenciados a seus pesquisadores. Além disso, é fixado o objetivo de ampliar os limites teóricos, práticos e metodológicos dos estudos de Folkcomunicação, fazendo conexões com os estudos das culturas populares, desenvolvimento local, inclusão social. Finalmente, destacou o papel das tecnologias de informação e comunicação na mediação destes processos, para permitir o trabalho colaborativo e agilizar a comunicação científica entre seus membros e pesquisadores, com o desenvolvimento e lançamento de um portal³ na Internet coordenado pelo professor Marcelo Sabbatini.

Uma das iniciativas foi a criação do Núcleo de Pesquisa através do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEX) da Universidade Federal Rural de Pernambuco para desenvolver pesquisas temáticas inter-regionais, com foco no uso das mediações culturais com o objetivo de promover o desenvolvimento local junto a cooperativas, movimentos sociais, assentamentos, quilombolas, comunidades indígenas e demais atores sociais tradicionalmente excluídos do processo de comunicação, utilizando, além disso, cortes de análise geracionais e de gênero. O estudo das culturas populares através de suas expressões folclóricas busca fortalecer as condições materiais e imateriais não somente de forma imediata, mas promover um programa de auto-sustentabilidade em longo prazo para estas comunidades.

E em janeiro de 2008, sob a edição de Betania Maciel é publicado o número especial da Revista Razón y Palabra⁴. Editada pelo Instituto Tecnológico de Monterrey (México), a chamada “primeira revista eletrônica na América Latina especializada em Comunicação” tem como coordenador de seu projeto Internet o Professor Octavio Islas e membro da diretoria executiva da ALAIC. O número especial Folkcomunicação destacou o papel desta teoria como genuinamente brasileira e como uma das principais contribuições teóricas de seu fundador, Luiz Beltrão, ao campo da Comunicação. Ao longo de suas páginas virtuais, a edição trouxe nomes como José Marques de Melo, Heitor Costa da Lima Rocha, Antonio Teixeira Barros, Osvaldo Trigueiro, Maria Cristina Gobbi, Irenilda Souza Lima, Maria Érika Oliveira, Andréia Moreira, Augusto Aragão, Marcelo Sabbatini para compor o cenário brasileiro da pesquisa, metodologia, teoria e prática da Folkcomunicação, apresentando ao leitor internacional a perspectiva futura desta disciplina, enlances teóricos, seus fundamentos históricos, assim como

³ Disponível em <http://www.redefolkcom.org>

⁴ Disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx>

uma introdução ao papel da Rede Folkcom e da Cátedra Unesco/Umesp, para sua consolidação.

Neste mesmo ano, a Rede passa a integrar a SOCICOM (Federação Nacional das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação), criada o XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Natal (RN). Representada por dezenas de entidades da área da Comunicação, dentre as quais a própria Intercom; o Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ), Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), entre outras. O objetivo comum destas sociedades científicas, consolidar o campo do saber da Comunicação no Brasil, buscando uma convergência acadêmica e uma maior representação junto aos interesses da sociedade.

Em setembro de 2008, em Natal, na Universidade Federal do Rio grande do Norte, realizou-se o X Congresso da Rede Folkcom. Esse Congresso foi essencial para a retomada da mobilização nacional, com ampla participação dos membros do conselho, associados e associados em processo de filiação. As propostas da plenária final foram votadas e decididas estabelecendo a eleição dos novos dirigentes da entidade:

BIENIO 2008- 2010

DIRETORIA EXECUTIVA:

Presidente: Betania Maciel/ UFRPE

Vice-presidente: Oswaldo Trigueiro/ UFPB

Secretário: Marcelo Pires/ UESC

Tesoureiro: Marcelo Sabbatini/ UFPE

Diretora Científica: Maria Érica Oliveira Lima/ UFRN

Perspectivas da Folkcomunicação

A Rede Folkcom, dentro de suas atividades para 2010 propõe a organização de dois livros onde pesquisadores associados regulares participarão do desenvolvimento editorial de dois trabalhos, cujo objetivo principal é consolidar o conhecimento teórico e metodológico do campo da Folkcomunicação contribuindo para sua melhoria e melhor especificidade da sub-área.

Projeto 1: Folkcomunicação e diálogos com teoria paradigmáticas

O objetivo é estabelecer um diálogo entre a Folkcomunicação, teoria criada por Luiz Beltrão, com autores paradigmáticos das ciências sociais e suas respectivas linhas teóricas, estabelecendo assim novos rumos de pesquisa para o enriquecimento e fortalecimento teórico do campo.

Projeto 2: Métodos e técnicas de pesquisa em Folkcomunicação

O objetivo é apresentar, de forma didática, as principais linhas metodológicas utilizadas em Folkcomunicação, assim como as técnicas específicas. Além da definição e explicação do método ou técnica, propomos a revisão de pesquisas que tenham sido realizadas, como exemplificação.

Para o futuro, o desafio de pensar as dinâmicas culturais presentes na confluência entre a mídia popular e as massivas fazem com que os estudos folkcomunicacionais sejam uma tendência na contemporaneidade.

O legado de Luiz Beltrão tem sido constantemente estudado e renovado pelos pesquisadores da Rede Folkcom têm suscitado interesse na contemporaneidade, seja no mundo acadêmico ou na periferia, em um momento em que as expressões culturais dos grupos marginalizados configuram práticas de resistência e cidadania em meio à sociedade globalizada. Afinal, conforme observa Marques de Melo (2008, p. 57), “as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço”.

Os estudos da Folkcomunicação estimulam o regionalismo, mas a cultura hegemônica desconhece as expressões populares. Parece que só existe o que está na mídia e a mídia é urbana. Algumas manifestações têm tendência em virar produto, outras não, daí a visibilidade dada pela mídia ao que vai se transformar em produto cultural. E neste sentido, a Folkcomunicação pode ser entendida como uma forma de mídia alternativa, que dialoga com a mídia hegemônica, mediando a fronteira cultura globalizada-cultura popular.

Como exemplo dos estudos que investigam essa interface de culturas, podemos ilustrar como a mídia tem registrado o carnaval por todo o país, as festas juninas e outras celebrações. Mas, até que ponto e de que forma é realizado este trabalho? A transformação das festas em espetáculo é um problema enfrentado pela cultura popular: a canibalização, ou seja, ser contada, praticada por quem não a conhece. A classe hegemônica é a principal responsável por esse processo, impondo muitas vezes mudanças das tradições em função das necessidades da indústria cultural e do turismo de massas.

Podemos até mesmo questionar se a mídia conhece a variedade da cultura brasileira e quando a divulga muitas vezes transforma-a em um espetáculo, um produto comercial. É importante que os profissionais da mídia saibam lidar com as expressões populares para que não modifiquem o real significado das culturas. Para muitos, a mídia precisa ouvir e aprender com os mestres detentores da cultura popular. Corre-se o risco de achatamento da diversidade cultural brasileira e do não-diálogo e do reforço dos estereótipos, produzindo desta forma a alienação e a exclusão social.

Apesar disto, a mídia tem apresentado avanços em mostrar a diversidade da cultura brasileira e especificamente de culturas que não sejam as hegemônicas, vide exemplo as estratégias de marketing como a etnografia no processo de compreensão da cultura. Diversos programas de televisão e quadros apresentados em canais de televisão aberta são apresentados, trazendo consigo uma maior divulgação e valorização da cultura.

E esta compreensão se estende agora à relação das pessoas com os bens de consumo. O fato é que consumo é uma prática cultural e só quando entendido sob este ângulo, tais atitudes assumem contornos mais claros e inteligíveis com o crescimento do poder aquisitivo das classes mais baixas, essa categoria de produto e serviço tem ampliado seu mercado-alvo (*target*) às classes menos favorecidas.

Outro ponto focal de desenvolvimento das atividades de pesquisa da Rede Folkcom diz respeito aos processos de desenvolvimento local. Busca dessa forma entender o empoderamento das comunidades alijadas da modernidade, como forma de promover a sustentabilidade destes grupos, através do desenvolvimento de estudos de estratégias de comunicação nas políticas públicas, organizações não governamentais, associativas e empresariais no âmbito do desenvolvimento local.

Nessa perspectiva, são contempladas as culturas populares e suas diferentes manifestações de hibridização da cultura “folk” e a cultura massiva; os estudos de recepção de mídias e programas de intervenção social; além das análises discursivas e os impactos das novas tecnologias de informação e comunicação na sociedade contemporânea. Esses aspectos buscam investigar as modificações operadas no cotidiano das populações rurais, verificando a importância dessas tecnologias nos processos de desenvolvimento local.

Mesmo diante destes cenários, o campo da Folkcomunicação é novo, mas promissor. Não é sem dificuldades que a Rede Folkcom busca abrir novas fronteiras, teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura global e a cultura local. Como todo novo campo do saber científico, a Folkcomunicação encontra não somente a dificuldade de consolidar seu objeto de pesquisa e seus métodos, mas também de obter aceitação dentro do paradigma da ciência normal, utilizando o conceito de Thomas Kuhn. Talvez

por seu aspecto inovador e libertário inclusive em relação a seu objeto, talvez pelo simples conservadorismo acadêmico, a comunidade acadêmica da comunicação estaria hoje em prejuízo se ignorasse os aportes folkcomunicacionais.

Referências Bibliográficas e Sites

ALMEIDA, Renato. **A inteligência do folclore**. Rio: Cia. Americana-MEC, 1974.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973.

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e de expressão de idéias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: Teoria e Metodologia. São Bernardo do Campo: Metodista, 2004.

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

BENJAMIN, Roberto. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 19--.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**. México: Grijalbo, 1989.

CASCUDO, Luiz Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. Rio de Janeiro: Instituto

Nacional, 1972.

_____. **Tradição, ciência do povo**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 1997.

CONNOR, Steven. **Cultura pós-moderna**: introdução às teorias do contemporâneo. São Paulo, Loyola, 1993.

FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: Hucitec, 1989.

GOLDMANN, Lucien. **Dialética e Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 3ª edição, 1979.

LIMA, Rossini Tavares de. **A ciência do folclore**. São Paulo: Ricordi, 1978.

Marques de Melo, José; TRIGUEIRO, Osvaldo M.. **Luiz Beltrão**: pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007 (PRELO)

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

MARQUES DE MELO, José (org). **Mídia e Folclore**. Maringá: Faculdades Maringá, 2001.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

_____; SANTOS, Yolanda Lhulier. **Antropologia Cultural e Folclore**. São Paulo: Olimpika, 1989.

QUEIROZ, Maria Izaura Pereira. “Funções sociais do folclore”. In Revista de Cultura Vozes, ano 63, nº 10, out. 1969.

_____. **Comunicação e cultura popular**. São Paulo: Univerisdade de São Paulo/Escola de Comunicação e artes, 1972.

SCHMIDT, Cristina. (ORG.) **Folkcomunicação na arena global**. Avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

SCHMIDT SILVA, Cristina. **Viva São Benedito!** - Festa popular e turismo religioso em tempo de globalização. Aparecida: Santuário, 2000.