



Avanços teóricos da pesquisa em Folkcomunicação: um legado brasileiro¹

Guilherme Moreira FERNANDES²

RESUMO

Esse artigo analisa o legado atual da pesquisa em Folkcomunicação a partir dos atualizados da obra de Luiz Beltrão. Assim, selecionamos os principais atualizados e suas respectivas contribuições. Do professor José Marques de Melo, trouxemos a contribuição na definição dos gêneros e formatos da Folkcomunicação. O professor Roberto Benjamin trouxe a contribuição da nova abrangência da Folkcomunicação. Joseph Luyten a noção de Folkmídia. Antônio Hohlfeldt as críticas conceituais e, por fim, a noção de ativista midiático defendida por Osvaldo Trigueiro.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa em Folkcomunicação. Luiz Beltrão. Folkmídia. Ativismo Midiático.

Introdução

O professor e jornalista Luiz Beltrão (1918-1986) configura-se, ainda hoje, como um dos mais importantes teóricos brasileiros da Comunicação. É de sua autoria a única teoria da Comunicação genuinamente brasileira. Sua morte prematura não impediu o apagamento de suas contribuições à Comunicação e ao Jornalismo e, em especial, à Teoria da Folkcomunicação³. O objetivo deste texto é realizar alguns apontamentos de avanços teóricos e perspectivas de estudos dentro do que Beltrão chamou de Folkcomunicação, ou seja, “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” (BELTRÃO, 1980, p. 24).

José Marques de Melo (1971, p. 59), discípulo de Beltrão e difusor da Folkcomunicação, em seu livro de estreia, afirma que a Linguística, a Educação e a Folkcomunicação formam o grupo das Ciências da Informação Individual e Grupal.

¹ Trabalho apresentado no GT 1 Teoria da Folkcomunicação: Fundamentos e Metodologia da XVI Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Mestre em Comunicação pelo programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Diretor Administrativo da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom), Gestão 2011-2013. Um dos organizadores do livro “A Folkcomunicação no limiar do século XXI” (Ed. UFJF, 2012).

³ Para uma noção global da vida e obra de Beltrão, sugerimos a leitura de MARQUES DE MELO e TRIGUEIRO (orgs), 2008.



Ainda de acordo com Marques de Melo, a Folkcomunicação é uma “disciplina que se vem consolidando recentemente, e cujo objetivo específico já está praticamente definido – o estudo da comunicação popular sacramentada pela tradição” (MARQUES DE MELO, 1971, p. 59). Embora esse texto de Marques de Melo tenha sido escrito há mais de quarenta anos, ainda é atual. A Folkcomunicação (assim como a Ciência da Comunicação) não é uma disciplina consolidada e nem tão pouco um campo de estudos autônomo.

Maria Isabel Amphilo (2010) nos traz importantes subsídios para pensarmos uma epistemologia na Folkcomunicação. A pesquisadora em sua tese de doutoramento analisou a gênese, o desenvolvimento e a difusão da Folkcomunicação em estudo de fôlego que passou a ser leitura obrigatória para os pesquisadores da área. Sabemos que a Folkcomunicação nasceu do olhar jornalístico de Luiz Beltrão e do pressuposto (que foi confirmado) que os meios de comunicação de massa não se fazia comunicar com grande parte da população e, que esta, tinha seus próprios canais e manifestações. Daí surgiu o artigo “O ex-voto como veículo jornalístico⁴” que deu origem, dois anos depois, à pesquisa de doutoramento de Beltrão, onde foi concebida a Folkcomunicação.

Beltrão vê, nos meios de comunicação, um mecanismo de transformação social. Porém, constata que o povo não estava reagindo positivamente ao estímulo dos meios de comunicação massivos e questionamos: se o povo não reage às sugestões que lhes são feitas, há duas possibilidades: ele não compreendeu a mensagem e por isso não reagiu, ou a mensagem não atende às suas necessidades e reivindicações. Há que se lembrar que, ao que nos parece, Beltrão está preocupado em saber porque o povo não atende as mensagens do governo, que por sua vez, são os anseios da classe dominante da época: para fazer com que a população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, visando o progresso do país. (AMPHILO, 2010, p. 70).

Beltrão (2001, 1980) define a Folkcomunicação dentro do Paradigma Funcionalista-pragmático, ancorando sua teoria no pensamento comunicacional norte-americano, especialmente o liderado por Lazarsfeld, Katz e Schramm. Contudo, alerta Amphilo (2010), existe um problema epistemológico na continuação da pesquisa de Beltrão (1980) e na parte empírica de sua tese (2001):

⁴ Artigo disponível em MARQUES DE MELO (org.) 2001, p. 209-214; BELTRÃO, 2004, p. 117-124.



O desenvolvimento de suas pesquisas [de Beltrão] refletem uma contradição ideológica ao integrar na base de sua investigação de cunho funcionalista/difusionista, categorias marxistas, como superestrutura, marginalizados, alienados entre outros, e o entusiasmo de Beltrão ao assimilar o processo de “recomposição folclórica” do sociólogo Edison Carneiro, de linha neomarxista, que aborda a dinâmica social sob o prisma da dialética com o objetivo de vencer a “incomunicação” e compreender as mensagens codificadas e complexas, das “tribunas” populares, Beltrão cria um “desvio ideológico” em sua pesquisa, gerando certa confusão de ordem epistemológica, de linha investigativa para o pesquisador. Em sua tese de doutorado, ele utilizou uma pesquisa bibliográfica e documental sobre a comunicação, no Brasil Colonial, porém a partir do materialismo histórico e dialético. (AMPHILO, 2010, p. 73-74).

As gerações seguintes (ainda) não se preocuparam em “resolver” ou discutir esse “problema” epistemológico. Contudo, percebemos que algumas ações lideradas especialmente pelos professores José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Antônio Hohlfeldt, Joseph Luyten, Cristina Schmidt, Osvaldo Trigueiro e Severino Lucena ajudaram na consolidação da disciplina e representam importantes avanços teóricos.

O legado de José Marques de Melo na Folkcomunicação: Gêneros e Formatos⁵

Discípulo direto de Luiz Beltrão, o professor José Marques de Melo é um dos principais teóricos da Comunicação no cenário latino-americano. Em recente entrevista à revista “Pesquisa Fapesp” (MOURA, 2012, p.33), o professor afirma que sua principal contribuição para o campo da comunicação no Brasil é a definição e sistematização dos gêneros jornalísticos. É justamente o estudo funcionalista dos gêneros e formatos que caracteriza também a principal contribuição de José Marques de Melo para os estudos da Folkcomunicação.

Beltrão (2001), em sua tese de doutorado, caracterizou a pesquisa em Folkcomunicação (informativa e opinativa) extremamente ligado ao jornalismo (ou folkjornalismo). Isso quer dizer que o foco se dava no uso de canais folk escrito (cordel, almanaque, calendários, livro de sorte), oral (cantadores, caixeiro-viajante, chofer de caminhão) e opinativo (Queima de Judas, Serra dos Velhos, carnaval, música popular, mamulengo, bumba-meu-boi, artesanato e artes plásticas populares).

⁵ Outras contribuições de Marques de Melo para os estudos de Folkcomunicação podem ser consultados em GOBBI e FERNANDES, 2012.



Marques de Melo (1971) passa a dar uma dimensão maior para a Folkcomunicação, abrangendo sua área de estudos e, assim, incorporando o processo comunicacional como um todo. Em uma tentativa de sistematizar o currículo dos cursos de Comunicação (MARQUES DE MELO, 1979), o professor concebe, com base em Umberto Eco (2011), uma divisão da Folkcomunicação nos seguintes gêneros: Folkcomunicação Escrita, Folkcomunicação Oral, Folkcomunicação Icônica e Folkcomunicação Cinética. A classificação funcionalista e a ampliação da dimensão da Folkcomunicação realizadas por Marques de Melo encontrou respaldo na obra de Beltrão (1980). Assim, em seu segundo livro dedicado à Folkcomunicação, Beltrão amplia a dimensão comunicacional da Folkcomunicação e concebe a audiência folk em três grandes grupos: os urbanos marginalizados, os rurais marginalizados e os culturalmente marginalizados. Como anexo ao texto, Beltrão indica uma bibliografia sumária para a pesquisa em Folkcomunicação obedecendo à lógica de gêneros, assim temos: Folkcomunicação oral, Folkcomunicação musical, Folkcomunicação escrita, Folkcomunicação icônica e Folkcomunicação de conduta (cinética).

Por outras duas vezes (MARQUES DE MELO, 2006; 2008) o professor realizou modificações em suas classificações de gêneros e formatos. A versão atual contempla quatro gêneros: Folkcomunicação oral, Folkcomunicação Visual, Folkcomunicação Icônica e Folkcomunicação Cinética.

A Folkcomunicação Oral é realizada pelo canal auditivo e utiliza os códigos verbal e musical. Marques de Melo (2008, p. 91-92) define dez formatos (estratégias de difusão simbólica determinada pela combinação de intensões [emissor] e de motivações [receptor]) e quarenta tipos (variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção) para o gênero (forma de expressão determinada pela combinação de canal e código) da Folkcomunicação Oral. Os formatos e seus receptivos tipos são: Canto (Aboio, acalanto, canto de bebida, cantiga de mendigo, canto de trabalho, coreto, embolada, pregão, toada); Música (baião, chimarrete, chula, choro, dobrado, lundu, moda de viola, samba de breque); Prosa (canto de fadas, lenda, saudação, sermão); Verso (cantoria, glosa, parlenda, trova); Colóquio (conversa fiada, conchavo); Rumor (boato, fofoca); Tagarelice (bordão, gíria, palavrão); Zombaria (anedota, apelido); Passatempo (adivinhação, charada, provérbio); e Reza (bendito, incelência, ladainha).



O gênero da Folkcomunicação Visual se expressa pelo canal óptico, utilizando os códigos linguístico e pictórico). Marques de Melo (2008, p. 92-93) define quatro formatos e trinta tipos, são eles: Escrito (abaixo-assinado, carta anônima, carta devota, correio sentimental, corrente); Impresso (almanaque de cordel, almanaque de farmácia, graça alcançada, literatura de cordel, literatura mediúnica, livro de sorte, oração milagrosa, panfleto, santinho de propaganda, volantes publicitários, xilogravura popular); Mural (cartaz, folhinha, faixa, grafito de banheiro/latrina, jornal mural, pichação de parede, pasquim em verso); e Pictográfico (adesivo, camiseta, epitáfio, flâmula, legenda de caminhão, pintura mediúnica, tatuagem).

A Folkcomunicação Icônica se vale dos canais óptico e tátil e utiliza os códigos estético e funcional. Esse gênero é dividido por Marques de Melo (2008, p. 93) em sete formatos e vinte e nove tipos, a saber: Devocional (amuleto, ex-voto, imagem de santo, medalha, presépio); Diversional (boneca de pano, boneco de barro, brinquedo artesanal, jogos infantis); Decorativo (adornos pessoais, bordados de cama e mesa, cesteria, ornamentos domésticos, figuras de enfeite, luminárias); Nutritivo (bolos, biscoitos, pães); Bélico (armas, fardas, estandartes, troféus); Funerário (coroas, lápides, mortalhas, túmulos); e Utilitário (falança, mobiliário, vestuário).

Por fim, o gênero da Folkcomunicação Cinética utiliza múltiplos canais e os códigos gestual e plástico. Marques de Melo (2008, p. 94-95) concebe oito formatos e noventa e dois tipos, assim subdivididos: Agremiação (bloco carnavalesco, clube de mães, comunidade de base, escola de samba, escola dominical, multirão, troça); Celebração (Afoxé, Candomblé, Macumba, missa crioula, procissão, peregrinação, toré, Umbanda, vigília a Iemanjá); Distração (amarelinha, bazar, capoeira, circo mambembe, horóscopo, jogo do bicho, mafuá, mamulengo, pelada de várzea, quermesse, rodeio crioulo, tourada, vaquejada); Manifestação (campanha, comício, desfile, greve, marcha, passeata, parada, queima de Judas, trote de calouros); Folguedo (Baiana, Bumba-meu-boi, cavalcada, chegada, caboclinho, fandango, folia de reis, guerreiro, marujada, maracatu, pastoril, reisado, taieira); Festejo (carnaval, festa cívica, festa da padroeira, festa da produção, festa do Divino, festa junina, festa natalina, micareme/micareta, forró, funk carioca, rap paulista); Dança (batuque, caiapó, catira, congada, cururu, ciranda, coco-de-roda, dança de Moçambique, flamengo, frevo, galope, jongo, marcha-rancho, maxixe, mazurca, quadrilha, samba, sapateado, tango, ticumbi, valsa, xaxado); e



Ritos de passagem (aniversário natalício, batizado, boda, chá-de-bebê, chá-de-cozinha, despedida de solteiro, formatura, velório).

Marques de Melo tem outras inúmeras contribuições para a Folkcomunicação, porém destacamos apenas a formulação funcionalista dos gêneros e formatos da Folkcomunicação. O professor também é um grande incentivador dos estudos em Folkcomunicação, orientador de teses e dissertações sobre o tema, criador da Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e autor de inúmeros artigos sobre o tema.

O legado de Roberto Benjamin na Folkcomunicação: a nova abrangência⁶

Juntamente com Marques de Melo, o professor pernambucano Roberto Benjamin se destaca nos estudos beltrianos. É de sua autoria, o primeiro estudo monográfico em Folkcomunicação após a defesa da tese de Beltrão em 1967, o trabalho intitulado “Folhetos Populares: intermediários no processo de Folkcomunicação” aborda as funções dos poetas e folhetos populares na perspectiva da *personal influence* de Katz e Lazarsfeld. Foi o professor Benjamin (2000) quem introduziu o conceito de folk *media* (ou folkmídia) nos estudos de Folkcomunicação, sendo definido como os canais de comunicação a nível folk. Benjamin também abriu “picadas” para as interfases da Folkcomunicação com a comunicação organizacional e com o turismo. A partir daí, Severino Alves de Lucena Filho, um de seus discípulos expandiu e conceituou o Folkmarketing e o Folkturismo.

Contudo, acreditamos que a principal contribuição de Benjamin (2000, 2004) é a denominação da “Nova Abrangência da Folkcomunicação”, estruturada em seis tópicos, como mostra a tabela abaixo:

A NOVA ABRANGÊNCIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO	
Tópicos	Área de Estudos
A comunicação (interpessoal e grupal) ocorrente na cultura folk	Produção Mensagem

⁶ Um quadro mais completo sobre as contribuições de R. Benjamin para a Folkcomunicação pode ser consultado em FERNANDES e OLIVEIRA, 2011.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO - FOLKCOM
“ARTE E CULTURA POPULAR PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL
NO CONTEXTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013.

A mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massa	Recepção
A apropriação de tecnologias da comunicação de massa e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk	Produção
A presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk	Recepção Efeitos
A apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita (projeção do folclore)	Produção Efeitos Mensagem
A recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessados pela cultura de massa	Recepção Efeitos

Fonte: Benjamin (2000, p. 16).

Para estruturar a nova abrangência da Folkcomunicação, além de Beltrão, Benjamin também lança mão de conceitos funcionalistas advindos de Lazarsfeld, Katz e Schramm. Contudo, alguns tópicos podem ser estudados sob a ótica de outras escolas da comunicação, como a de Frankfurt e a de Birmingham. Aos apocalípticos cabe a análise crítica da apropriação do folclore pela indústria cultural, a descaracterização do mesmo e sua espetacularização. Aos culturalistas cabem estudar os elementos culturais do reprocessamento, tanto da cultura popular pela mídia massiva, como também o processo contrário. Já algum tempo defendemos⁷ que a teoria da Folkcomunicação não está “amarrada” a apenas uma forma metodológica de estudos, ou seja, ao funcionalismo, como Beltrão, Marques de Melo e Benjamin orientam suas pesquisas. Acreditamos não ser um erro epistemológico e fenomenológico estudos folkcomunicacionais que fazem uso tanto do paradigma culturoológico como do crítico-radical. A mesma premissa também vale para outros modelos como o matemático-informacional, conflitual-dialético, midiológico e horizontal-interacionista⁸.

Benjamin também foi pioneiro na implantação da Folkcomunicação como disciplina em cursos de graduação e pós-graduação. Uma série de lideranças e inovadores da Folkcomunicação foi formada por ele, como Luiz Custódio da Silva, Osvaldo Trigueiro, Betania Maciel e o já citado Severino Lucena.

⁷ Ver FERNANDES (2011a, 2011b).

⁸ Para as definições dos paradigmas listados, consultar, em outros, POLISTCHUK e TRINTA, 2003.



O legado de Antônio Hohlfeldt na Folkcomunicação: críticas conceituais

O professor gaúcho Antônio Hohlfeldt, atualmente presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), configura como um dos mais importantes teóricos da Ciência da Comunicação no Brasil. O professor ainda deve à comunidade acadêmica uma obra sobre Folkcomunicação. O material que temos são artigos espalhados em várias coletâneas. Destaco três interferências teóricas de Hohlfeldt, realizadas sob encomenda e apresentados na IV Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom), em 2001, na cidade de Campo Grande-MS⁹; no NP de Folkcomunicação do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), ocorrido em Salvador-BA¹⁰, em 2002; e, por fim, no XIV Folkcom, em 2011, na cidade de Juiz de Fora-MG¹¹.

As intervenções de Hohlfeldt são provocativas e conceituais e, certamente, contribuíram para o legado pós-beltraniano no que tange à Folkcomunicação. O professor percebe que, em Beltrão,

A folkcomunicação, assim, vinha para estudar cadeias comunicacionais e informativas que, à margem ou concomitantemente com os circuitos formais de comunicação, levavam aos públicos mais distantes aquelas informações que ou lhes interessava ou terminava por atingi-los, segundo interesses de seus emissores. (HOHLFELDT, 2003, s/p).

E ainda

Por consequência, a Folkcomunicação é a comunicação de grupos marginalizados não apenas socialmente, levando o autor [Beltrão] a identificar, num primeiro momento, três características básicas desse tipo de comunicação: a) horizontalidade, no sentido de que tanto emissores quanto receptores se colocam num mesmo patamar situacional (social, cultural, financeiro, etc.); b) dialogia, no sentido de que são verdadeiramente alternativas as funções emissor/receptor e, por fim, c) a participatividade mais plena e ampla de toda a comunidade, graças à acessibilidade de que goza o processo comunicacional, que é eminentemente artesanal, o que propicia uma total interatividade que os meios de comunicação social tanto

⁹ O artigo compõe o livro “Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos”, organizado por Cristina Schmidt e publicado pela Doctor em 2006. O mesmo texto também está no Anuário Unesco/Umesp de Comunicação para o desenvolvimento regional, nº 05, publicado em 2002.

¹⁰ O texto foi publicado na revista “Pensamento Comunicacional Latino-americano – PCLA”, em 2003.

¹¹ O texto faz parte do livro “A Folkcomunicação no limiar do século XXI”, organizado pelos professores Guilherme Fernandes, Boanerges Lopes Filho, Iluska Coutinho, Marise Mendes e Maria José Oliveira, publicado pela editora da UFJF em 2012.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO - FOLKCOM
“ARTE E CULTURA POPULAR PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL
NO CONTEXTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013.

perseguem hoje em dia, mediante estratégias artificiais. (HOHLFELDT, 2006, p. 66).

Hohlfeldt (2003, 2006, 2012) endossa a Folkcomunicação como a única teoria da comunicação genuinamente brasileira e aponta seu “positivo oportunismo” por estudar a comunicação nas manifestações folclóricas e da cultura popular. Inclusive, o professor (2003) observa que a denominação “Folkcomunicação” não foi incorporada no mundo acadêmico por dois motivos, mas reconhece, também, que desde 1998 com os encontros anuais e com a criação da Rede Folkcom, a Folkcomunicação tenta recuperar um espaço perdido nos anos de 1980 e 1990. Os motivos expressos, na ocasião, pelo professor foram: 1) “A falta de coerência, refinamento e acuidade teórica que boa parte dos pesquisadores de Folkcomunicação evidenciam, terminando por confundir o conceito de manifestação folclórica ou de cultura popular com o de Folkcomunicação” e 2) “Preconceito e a desconfiança, em boa parte motivados por nosso complexo de inferioridade cultural que prefere incorporar perspectivas estrangeiras àquelas nacionais, quando no estudo de fenômenos socioculturais, e que, por isso mesmo, preferem assumir-se na ótica dos estudos culturais ou na perspectiva dos hibridismos” (HOHLFELDT, 2003, s/p).

Dez anos se passaram, a Folkcomunicação conquistou outros espaços acadêmicos e inclusive, a Rede Folkcom recebeu o prêmio Luiz Beltrão da Intercom na categoria Grupo Inovador, e esses dois “problemas” elencados pelo pesquisador gaúcho ainda perduram, creio eu em menor gravidade do que em 2002, quando o texto foi escrito. Em uma tentativa de refinar o confeito de Folkcomunicação, Hohlfeldt foi categórico. Sua definição foi aceita em larga escala pelos pesquisadores e se configura como a principal definição da Folkcomunicação na arena global:

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 ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. 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, 2003, s/p).



Nessa visão, Hohlfeldt (2003) percebe três possibilidades de estudo da Folkcomunicação: 1) Difusionismo norte-americano de pesquisas de campo das décadas de 1930 e 1940; 2) Os Estudos Culturais britânicos de Birmingham, especialmente os ligados aos conceitos de hegemonia e intelectuais orgânicos de Gramsci.; 3) Os estudos da Escola Latino-americana de comunicação, baseados em García Canclini e Martín-Barbero.

Seguindo essa linha de pensamento, Hohlfeldt (2012, p. 57-61) sugere possibilidades/potencialidades e dificuldades/desafios da Folkcomunicação. Nas potencialidades/possibilidades são elencados: 1) A Folkcomunicação é uma teoria comunicacional adequada às sociedades cuja composição seja muito diferenciada; 2) A Folkcomunicação é sobretudo o estudo de fenômenos comunicacionais coletivos; 3) A Folkcomunicação é uma disciplina dinâmica e aberta a uma constante reinterpretação e amplitude do conceito elaborado por Beltrão; 4) Desdobramentos da teoria folkcomunicacional (Folkmarketing, Folkcomunicação Política, etc) evidenciam a flexibilidade da teoria e sua abrangência de aplicação.

Também são quatro as dificuldades/desafios da Folkcomunicação: 1) Dificuldade para o acesso à bibliografia original de Beltrão; 2) Necessidade de pensar prática e flexivelmente os princípios teóricos da Folkcomunicação; 3) sistematização de uma metodologia e de tipologias para a pesquisa da Folkcomunicação; 4) recepção da folkcomunicação enquanto disciplina acadêmica nos cursos universitários de comunicação.

Por fim, uma observação teórica fundamental: a Folkcomunicação é uma prática e é uma ciência. É uma prática quando a consideramos como aquele conjunto de usos, costumes, jogos, atividades das mais variadas que ocorrem junto às massas populares *fora* ou *em diálogo* com os processos comunicacionais industrializados. Mas é uma ciência porque implica aquele tipo de estudo voltado justamente para aquelas práticas. Portanto, a folkcomunicação tem – e deveria ter, de fato – uma base teórica, tanto quanto necessita de metodologia(s) claramente descritíveis, tanto na coleta de dados quanto na análise e interpretação dos mesmos, o que implica acrescentar, em nossa listagem, a pesquisa quantitativa-qualitativa, mais esta do que aquela, como base para os estudos folkcomunicacionais. (HOHLFELDT, 2012, p. 58).

O professor também tem outras contribuições, a exemplo de diálogos com Paulo Freire e trabalhos ligados à Folkcomunicação Política. Hohlfeldt também orienta teses e dissertações sobre Folkcomunicação. Para podermos “fechar” a amplitude e o conceito



de Folkcomunicação, acredito que o trabalho de Cristina Schmidt (2006a) dialoga com os conceitos expressos pelo professor gaúcho, a professora ressalta:

Os processos folkcomunicaçãois não são nem realidades autônomas, independentes da vida econômica-social, nem meros reflexos desta. A Folkcomunicação é uma possibilidade de diálogo entre agentes folk e mercado, uma mediação de interesses. No mundo capitalista as estratégias de mediação precisam ser muito bem delimitadas, pois tende a esvaziar a autenticidade das relações, graças ao aparecimento de um conjunto econômico que objetiva apoderar-se de todas as manifestações da vida humana. (SCHMIDT, 2006a, p. 89).

Os pesquisadores da Rede Folkcom atualmente trabalham com esses conceitos, no entanto, é sempre importante ressaltar, como mostra o professor Roberto Benjamin: “É preciso não perder de vista que os estudos da Folkcomunicação constituem um campo da Comunicação Social e, portanto, a utilização dos conceitos elaborados pelos folcloristas deve se sujeitar aos objetivos de natureza comunicacional” (BENJAMIN, 2004, p. 12-13).

As contribuições de Joseph Luyten para a Folkcomunicação: uma nova dimensão da Folkmídia

O professor Joseph Luyten, grande conhecedor da cultura popular, teve participação fundamental na consolidação da Folkcomunicação nos fins dos anos de 1990. Sua morte em 2006 deixou uma lacuna dos estudos folkcomunicaçãois e também na formação a nível *stricto sensu*, uma vez que o professor mantinha uma linha de pesquisa em Folkmídia no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Luyten nos deixou um legado muito grande, especialmente sobre literatura de cordel. Contudo, acreditamos que sua principal contribuição foi o redimensionamento do termo folkmídia, trazido para o Brasil por Roberto Benjamin (2000).

Luyten (2000), ao escrever uma resenha crítica ao livro “Folkcomunicação no contexto de massa” do professor Benjamin percebe que a utilização do termo folkmídia como sendo os canais de comunicação a nível folk, não apresenta uma inovação à



Folkcomunicação e, assim, preferiu utilizar o termo como sendo as apropriações dos veículos de massa de elementos folkcomunicacionais.

Podemos depreender daí que ‘folkcomunicação’ é a possibilidade de comunicação no nível folk e que ‘*folk-media*’ são os canais específicos que os comunicadores da folk utilizam. Existe uma outra interpretação, não usado pelo autor [Benjamin], de que folk media já seria a própria utilização, pela *mass media*, de elementos da ‘folkcomunicação’. (LUYTEN, 2000, p. 214).

Ou ainda:

Como ‘Folkmídia’ nesta acepção é apresentada mais como sinônimo de ‘Folkcomunicação’, achamos nós que é melhor usá-lo para uma situação que se torna cada vez mais frequente em todo o mundo e que consiste na iniciação entre os meios de comunicação de massa e a Folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares. (LUYTEN, 2006, p. 41).

A “nova acepção” da palavra Folkmídia concebida por Luyten ganhou muitos adeptos. Ao se falar em folkmídia pensamos já na cultura popular e no folclore sendo reprocessados pela indústria cultural. Além de Benjamin (2000) e Luyten (2000, 2006) a palavra Folkmídia ganha novas dimensões em textos de José Marques de Melo (2007) e em Cristina Schmidt (2006b).

José Marques de Melo (2007, p.50-51) vai apontar duas formas históricas distintas da representação do folclore na mídia. O folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da cultura popular pela cultura de massa, processando símbolos e imagens enraizadas nas tradições nacionais dos países hegemônicos e convertendo-as em mercadorias para o consumo das multidões. Já o folclore midiático, típico da sociedade pós-industrial, configura-se como mosaico de signos procedentes de deferentes geografias nacionais ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial. Nessa categoria, Marques de Melo aponta que há uma dupla face. Enquanto assimilam-se as ideias e valores de outros países, existe a preocupação com a projeção das identidades nacionais.

Este processo de transmutação do folclore midiático apontado por Marques de Melo (2007) reflete a perspectiva de incorporações das informações provenientes dos *mass media* para os *folk media*. Assim, podemos averiguar que o pesquisador percebe a folkmídia (ou folclore midiático) como Luyten havia estabelecido. Apesar de toda a



transmutação sígnica aferida por Marques de Melo ao folclore midiático, Cristina Schmidt (2006b) percebe que a folkmídia ainda ocorre no processo de comunicação a nível comunitário, voltado para o diálogo com um mundo (e não ao mundo), ela compreende que

A inserção midiática mediada possibilita a criação de novos canais para uma comunicação cidadã; uma vez que compete a localidade, e a atuação de suas lideranças, a escolha de ações comunitárias que podem percorrer: da resistência, à coexistência, e até a independência; desde que em consonância com os interesses de seus grupos de referência e com as condições de apropriação/compreensão dos bens culturais por eles produzidos. (SCHMIDT, 2006b, p. 213).

Assim, percebemos que a palavra folkmídia admite algumas possibilidades de estudo, sendo definida como os canais específicos dos usuários da folkcomunicação, como aponta Benjamin (2000), ou como a presença da cultura popular na cultura de massa e vice-versa como define Luyten (2006). Podemos pesquisar a folkmídia através da sua transmutação em virtude da globalização, tal qual diagnosticou Marques de Melo (2007) ou em sua forma local/comunitária como Schmidt (2006b) percebe.

As contribuições de Osvaldo Trigueiro para a Folkcomunicação: o ativista midiático

Seguindo a ótica dos estudos culturais latino-americanos, Osvaldo Trigueiro (2008) apresenta o conceito de ativista midiático. Segundo o autor, esses ativistas seriam os intermediários cognitivos entre os produtores de cultura e os consumidores. Suas pesquisas se concentram em comunidades rurbanas (neologismo criado por Gilberto Freyre para as cidades com características rurais) no sertão da Paraíba. O estudioso aponta que a presença, cada vez maior, da televisão torna os estudos sobre audiência ainda mais complexos na sociedade midiaticizada,

onde cada sujeito representa uma identidade sociocultural, que interage com outros diferentes grupos, mas com as mesmas aproximações socioculturais que reinventam os seus produtos de uso, ao invés de serem meros consumidores passivos das mensagens midiáticas. São as interações midiaticizadas, nos vários níveis, dos sujeitos da audiência televisiva que geram os ativismos midiáticos, os avanços, as transformações e/ou renovações das culturas populares, quando incorporam os produtos midiáticos nas suas práticas cotidianas, ou se apropriam deles. (TRIGUEIRO, 2008, p. 21)



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 (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)

No ambiente globalizado que vivemos, de acordo com Trigueiro (2008), muitos dos intermediários concebidos por Beltrão (chofer de caminhão, caixeiro viajante, ambulantes, ciganos, etc) já não têm tanta importância para o sistema folkcomunicação, visto que os moradores de pequenas cidades e distantes municípios brasileiros têm acesso à televisão, telefone fixo, rádio, internet, entre outros veículos de informação.

Marques de Melo (2008, p. 65) aponta que a função do ativista midiático é bivalente, pois interpreta os conteúdos midiáticos para o consumo dos cidadãos do seu entorno e agenda os conteúdos folkcomunicacionais no fluxo contínuo das indústrias culturais. Trigueiro (2008) aponta várias possibilidades de uma pessoa ser um ativista midiático, a exemplo de um professor em sala de aula que explica algum costume narrado em uma telenovela, ou uma resposta de um *quiz* televisivo. Outro exemplo narrado pelo pesquisador foi o de um cabeleireiro de uma cidade urbana que transporta a moda televisiva para os cabelos das clientes, atua como ator e diretor de teatro fazendo referências a temas já retratados pela televisão, mas de um modo em que a decodificação das mensagens diga algo para a realidade local.

Enfim, a noção de ativista midiático de Trigueiro é um importante argumento para os pesquisadores de Folkcomunicação que utilizam o paradigma culturológico em suas pesquisas. O pesquisador também tem outras grandes contribuições para a



Folkcomunicação, mas acreditamos ser a noção de ativismo midiático sua principal contribuição teórica para o legado pós-beltraniano.

Considerações Finais

Umberto Eco (2011) expõe que é muito injusto subdividir as atitudes humanas em dois conceitos genéricos e polêmicos como “integrados” (funcionalista) e “apocalípticos” (Frankfurtianos). Eco, na verdade, faz uma crítica aos dois “mundos”, e prefere se definir numa possível fronteira entre eles – o que seria justamente o paradigma culturológico. Ao abordar a cultura de massa como uma anticultura, o pesquisador ironiza uma visão funcionalista e uma frankfurtiana sobre o termo:

Para o integrado, não existe o problema de essa cultura [de massa] sair de baixo ou vir confeccionada de cima para consumidores indefesos. Mesmo porque, se os apocalípticos sobrevivem confeccionando teorias sobre a decadência, os integrados raramente teorizam e assim, mais facilmente, operam, produzem, emitem as suas mensagens cotidianamente a todos os níveis. O Apocalipse é uma obsessão do *dissenter*, a integração é a realidade concreta dos que *não dissenter*. A imagem do Apocalipse ressalta dos textos *sobre* a cultura de massa; a imagem da integração emerge da leitura dos textos *da* cultura de massa. (ECO, 2011, p. 9, *grifo do autor*).

Esse “preâmbulo” final é justamente para pensarmos, enfim, se é necessário separar em dois polos tão extremos visões que no fim se complementam. Ser funcionalista, frankfurtiano ou culturalista é uma opção teórico/metodológica do pesquisador. E, em qualquer uma dessas escolas é possível estudar os processos comunicacionais na cultura popular, no folclore e, também, no “folclore midiático”. Amphilo (2010) mostra que Beltrão em sua pesquisa de doutoramento utilizou dois distintos paradigmas (o funcionalista-pragmático e o conflitual-dialético) para formular sua tese. Os atualizados de Beltrão se dividem em dois grandes grupos, os que continuam a fazer pesquisas funcionalistas e os que adotam outras perspectivas, em sua maioria os Estudos Culturais britânicos ou Latino-americanos. Acredito que com o desenvolvimento de uma epistemologia da Folkcomunicação poderemos encontrar subsídios para percebermos que não se trata de um “problema” a concepção da Folkcomunicação em múltiplos paradigmas da Comunicação.

Certamente esse texto não abrigou todo o legado pós-beltraniano, seria demais pretencioso dar conta de um volume de pesquisas tão grande em poucas laudas. O que procuramos foi buscar um recorte de cunho conceitual, cujo objetivo foi o de tornar a



teoria de Beltrão compatível com o nosso tempo e espaço, para, assim, entendermos a Folkcomunicação no limiar do século XXI.

Referências Bibliográficas

AMPHILO, Maria Isabel. **A gênese, o desenvolvimento e a difusão da Folkcomunicação**. 2010. 733f. Tese de Doutorado (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), São Bernardo do Campo, 2010.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo-SP: Cátedra Unesco/Umesp, 2004.

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

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

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

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

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

FERNANDES, Guilherme Moreira. Aproximações teóricas e empíricas entre a Folkcomunicação e os Estudos Culturais. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa-PR, UEPG, vol 1, n. 18, 2011a.

_____. As aproximações da Folkcomunicação com os Estudos Culturais Latino-americanos: interfaces do pensamento de Luiz Beltrão com Martín-Barbero, García Canclini e Beatriz Sarlo. In: I CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA (Confibercom). **Anais...** São Paulo: USP, 2011 b.

_____ e OLIVEIRA, Maria José. As contribuições de Roberto Benjamin para os estudos de Folkcomunicação. In: IX CONGRESSO DA FEDERAÇÃO LUSÓFONA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (Lusocom). **Anais...** São Paulo: Unip, 2011.

GOBBI, Maria Cristina e FERNANDES, Guilherme Moreira. As contribuições de José Marques de Melo para os estudos de Folkcomunicação. In: XI CONGRESO LATINO AMERICANO DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN (Alaic). **Anais...** Montevideu (Uruguai): Universidad de la Republica, 2012.

HOHLFELDT, Antônio. Pesquisa em Folkcomunicação: possibilidades e desafios. In: LOPES FILHO, Boanerges; FERNANDES, Guilherme M; COUTINHO, Iluska;



MENDES, Marise P; e OLIVEIRA, Maria José (orgs). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora-MG: Ed. da UFJF, 2012. p. 53-64

_____. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. In: SCHMIDT, Cristina (org.). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006. p. 62-72

_____. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais. In: **PCLA** – vol 4, nº 2, 2003. Disponível em: www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.html.

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.

_____. Folkcomunicação no contexto de massa (resenha). In: **Comunicação & Sociedade**: revista do programa de pós-graduação em Comunicação da Umesp, São Bernardo do Campo-SP, n. 34, p. 211-215.

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

_____. Uma estratégia das classes subalternas. In: GOBBI, Maria Cristina (org.). **Folkcomunicação: a mídia dos excluídos**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2007. p. 48-54.

_____. Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica. In: _____; GOBBI, Maria Cristina e DOURADO, Jacqueline Lima (orgs). **Folkcom – do ex-voto à indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessa**. Teresina: Halley, 2006. p. 140-151

_____. (org.). **Mídia e Folclore: o estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. Maringá-PR; São Bernardo do Campo-SP: Faculdades Maringá; Cátedra Unesco/Umesp, 2001.

_____. Sistemas de Comunicação no Brasil. In: _____, FADUL, Anamaria e LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (orgs). **Ideologia e poder no ensino de comunicação**. São Paulo: Cortez e Moraes, 1979. p. 211-239.

_____. **Comunicação Social: teoria e pesquisa**. Petrópolis-RJ: Vozes, 1971.

_____ e TRIGUEIRO, Osvaldo (orgs.). **Luiz Beltrão: pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil**. João Pessoa: Ed. UFPB; Intercom, 2008.

MOURA, Mariluce. A prima pobre das ciências sociais – Entrevista com José Marques de Melo. In: **Revista Pesquisa Fapesp**, nº 201, São Paulo, novembro de 2012.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO - FOLKCOM
“ARTE E CULTURA POPULAR PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL
NO CONTEXTO DA FOLKCOMUNICAÇÃO”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013.

POLISTCHUK, Ilana e TRINTA, Aluizio R. **Teorias da Comunicação**: o pensamento e a prática da Comunicação Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudos. In: _____ (org.). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006 a. p. 89-100.

_____. Folkmídia: da resistência à coexistência. In: MARQUES DE MELO, José, GOBBI, Maria Cristina e SATHLER, Luciano (orgs.). **Mídia Cidadã**: utopia brasileira. São Bernardo do Campo: Umesp, 2006b. p. 209-214.

TRIGUEIRO, Osvaldo. **Folkcomunicação & ativismo midiático**. João Pessoa: Ed UFPB, 2008.