

Cadernos da Comunicação
Série Estudos

Folkcomunicação A mídia dos excluídos



Agradecemos a colaboração dos professores José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi pela contribuição decisiva para a elaboração deste Caderno.

Rio de Janeiro (Cidade). Secretaria Especial de Comunicação Social.
Folkcomunicação – a mídia dos excluídos / Prefeitura
da Cidade do Rio de Janeiro : — Rio de Janeiro : A Secretaria, 2007.
114p. : il.— (Cadernos da Comunicação. Estudos; v. 17)

Inclui bibliografia.
ISSN: 1676-5508

1. Literatura popular – Brasil 2. Comunicação de massa
– Brasil. 3. Cultura popular – Brasil. 4. Comunicação e
cultura – Brasil. I. Título.

CDD: 398.20981

A coleção dos Cadernos da Comunicação pode ser acessada no
site da Prefeitura/Secretaria Especial de Comunicação Social:
www.rio.rj.gov.br/secs
Março de 2007

Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro
Rua Afonso Cavalcanti 455 – bloco 1 – sala 1.372
Cidade Nova
Rio de Janeiro – RJ
CEP 20211-110
e-mail: cadernos@pcrj.rj.gov.br

Todos os direitos desta edição reservados à Prefeitura da Cidade do
Rio de Janeiro. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida
ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou
mecânico) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem
permissão escrita da Prefeitura.



**Prêmio Luiz Beltrão de
Ciências da Comunicação'2006**
na categoria Grupo Inovador



Prefeito
Cesar Maia

Secretária Especial de Comunicação Social
Ágata Messina

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO
Série Estudos

Comissão Editorial
Ágata Messina
Helena Duque
Leonel Kaz
Regina Stela Braga

Edição
Regina Stela Braga

Redação e pesquisa
Álvaro Mendes

Revisão
Alexandre José de Paula Santos

Projeto gráfico e diagramação
Marco Augusto Macedo

Capa
José Carlos Amaral/SEPROP
Marco Augusto Macedo

CADERNOS DA COMUNICAÇÃO

Edições anteriores

Série Memória

- 1 - Correio da Manhã – Compromisso com a verdade
- 2 - Rio de Janeiro: As Primeiras Reportagens – Relatos do século XVI
- 3 - O Cruzeiro – A maior e melhor revista da América Latina
- 4 - Mulheres em Revista – O jornalismo feminino no Brasil
- 5 - Brasília, Capital da Controvérsia – A construção, a mudança e a imprensa
- 6 - O Rádio Educativo no Brasil
- 7 - Última Hora – Uma revolução na imprensa brasileira
- 8 - Verão de 1930-31 – Tempo quente nos jornais do Rio
- 9 - Diário Carioca – O máximo de jornal no mínimo de espaço
- 10 - Getúlio Vargas e a Imprensa
- 11 - TV Tupi, a Pioneira na América do Sul
- 12 - Novos Rumos, uma Velha Fórmula – A mudança do perfil do rádio no Brasil
- 13 - Imprensa Alternativa – Apogeu, queda e novos caminhos
- 14 - Um jornalismo sob o signo da política
- 15 - Diário de Notícias – A luta por um país soberano
- 16 - 1904: Revolta da Vacina – A maior batalha do Rio
- 17 - Jogos Pan-Americanos – Uma olimpíada continental

Série Estudos

- 1 - Para um Manual de Redação do Jornalismo On-Line
- 2 - Reportagem Policial – Realidade e ficção
- 3 - Fotojornalismo Digital no Brasil – A imagem na imprensa da era pós-fotográfica
- 4 - Jornalismo, Justiça e Verdade
- 5 - Um Olhar Bem-Humorado sobre o Rio nos Anos 20
- 6 - Manual de Radiojornalismo
- 7 - New Journalism – A reportagem como criação literária
- 8 - A Cultura como Notícia no Jornalismo Brasileiro
- 9 - A Imagem da Notícia – O jornalismo no cinema
- 10 - A Indústria dos Quadrinhos
- 11 - Jornalismo Esportivo – Os craques da emoção
- 12 - Manual de Jornalismo Empresarial
- 13 - Ciência para Todos – A academia vai até o público
- 14 - Breve História da Imprensa Sindical no Brasil
- 15 - Jornalismo Ontem e Hoje
- 16 - Uma Questão de Estilo – A cobertura de moda na mídia impressa carioca



Objeto de estudos científicos, os processos de comunicação das manifestações das culturas populares revelam-se um universo rico, multifacetado e ainda pouco explorado por pesquisadores, professores e estudantes de Comunicação.

Quase todas as comunidades, mesmo aquelas que ficam à margem do desenvolvimento econômico, urbano e tecnológico, encontram meios alternativos para divulgar informações e expressar sua arte, preenchendo as funções dos meios de Comunicação tradicionais. Essas manifestações incluem, entre outras, cantorias, literatura de cordel, ex-votos e folguedos como o bumba-meu-boi e o mamulengo.

A literatura de cordel é o exemplo mais marcante do alcance que este tipo de comunicação pode ter. Os livretos artesanais saem dos seus lugares de origem e chegam onde os imigrantes nordestinos buscam melhores condições de vida. O nome *cordel* deriva de *corda*, em que originalmente ficavam pendurados os livretos. São publicações em prosa e verso, através das quais o povo, principalmente o nordestino, registra e transmite (comunica) seus hábitos, suas dores, alegrias e anseios.

Foi em meados dos anos 60 que o professor Luiz Beltrão, em sua tese de doutoramento na Universidade de Brasília, criou e apresentou o conteúdo de uma nova disciplina, a Folkcomunicação. Hoje, as teorias da Folkcomunicação já começaram a merecer a atenção de estudiosos de todo o país e contam com alguns seguidores ardorosos. Entre eles, os professores José Marques de Melo e Maria Cristina Gobbi, cuja colaboração foi decisiva para a confecção deste Caderno.

CESAR MAIA
Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro



“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.”

Edison Carneiro, pesquisador e folclorista (1912 -1972)

Sumário

Introdução	8
Uma vida dedicada à Comunicação	11
Contribuições para o jornalismo e para as teorias da Comunicação.	13
Icinform: Uma experiência pioneira no Brasil	14
O legado de Comunicações & Problemas.	15
Folkcomunicação: Primeira teoria brasileira na área da comunicação.	16
A mídia das comunidades periféricas	21
Um Brasil de múltiplas culturas.	21
Os cenários e os atores sociais.	25
Folkcomunicação: Conceitos e definições	29
A comunicação dos marginalizados	41
A audiência da Folkcomunicação.	44
Uma estratégia das classes subalternas	48
Folkmídia.	50
McLuhan e Beltrão.	52
O papel articulador da Cátedra Unesco/Methodista	55
Bibliografia	58
Notas	60

Introdução

Folkcomunicação, a que os **Cadernos da Comunicação** dedicam este número, é uma disciplina científica bem moderna, situada na fronteira do Folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e da Comunicação de Massa (difusão de símbolos através de meios mecânicos e eletrônicos destinados a audiências amplas, anônimas e heterogêneas). O conteúdo da disciplina e sua denominação foram ambos criados, ao mesmo tempo, pelo professor Luiz Beltrão, em sua tese de doutoramento defendida na Universidade de Brasília, em 1967, intitulada *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias*.

A oficialização universitária dessa idéia inovadora e ousada do professor Luiz Beltrão só se tornou possível, por sua vez, pela visão prospectiva de Darcy Ribeiro, quando, sendo reitor da Universidade de Brasília, ele institucionalizou a defesa de teses de doutorado em todas as áreas do conhecimento, por mais novas e renovadoras que fossem, e não só nas disciplinas que já tivessem sido acolhidas por sua legitimação acadêmica.

Mesmo assim, como acontece quase sempre com todo pensamento novo e inovador, a recém-legitimada disciplina da Folkcomunicação encontrou resistência dupla: a dos folcloristas conservadores, que pretendiam “proteger” a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes, e a dos comunicólogos libertadores, que desejavam fazer da cultura popular um dos pontos de apoio de suas batalhas políticas.

Esse é o principal motivo que explica o relativo desconhecimento das idéias do professor Luiz Beltrão por parte das novas gerações de comunicadores. Trata-se de um arsenal acadêmico que permaneceu até hoje meio encoberto ou até marginalizado. Esta situação, contudo, começa a mudar, devido principalmente ao

processo da globalização, que nos permite vislumbrar um mundo multicultural, aberto, por isso mesmo, às manifestações da cultura popular e, ao mesmo tempo, traduzidas na linguagem da cultura de massa.

O pensamento inovador da Folkcomunicação, como todo pensamento vivo e fecundo, tem uma tradição e uma história, com precursores e inovadores. A história desta disciplina, por um lado, fundamenta-se nas teorias norte-americanas da *mass communication*; por outro, Luiz Beltrão amparou-se nas teses da “dinâmica do folclore”, defendidas pelo grande folclorista e estudioso brasileiro Edison Carneiro, que era um pensador de esquerda. Também por essa filiação intelectual, as teses criativas de Luiz Beltrão circularam incompletas durante o período militar iniciado em 1964, só começando a ser divulgadas livremente depois de 1980, quando, já no governo do general Geisel, sopraram os ventos da abertura “lenta e gradual”.

Foi de então até hoje, já com um segundo livro publicado sobre o tema, *Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados*, publicado em 1980, que Luiz Beltrão pôde apresentar seu pensamento maduro, livre de lacunas próprias de quem inicia um novo campo de saber, e ao mesmo tempo atualizando suas teorias, enriquecidas com o fruto das pesquisas empíricas que fez em diversas regiões brasileiras (Brasília, por exemplo), e com os confrontos feitos com pesquisas de natureza semelhante, realizadas em outros países. Pode dizer-se que, neste sentido, ele tomou ao pé da letra a proposta de Câmara Cascudo, na carta que o grande folclorista enviou ao então jovem autor: “Ande primeiro com os próprios pés e veja com os próprios olhos, para depois comparar com as pegadas e olhares dos outros”.

Hoje, a Folkcomunicação de Luiz Beltrão encontra-se disseminada por todo o país, e conquistou seguidores que desenvolveram algumas de suas idéias, e também discípulos que seguiram por tri-



Arquivo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Altar – Ex-votos – Teresina – PI – 2006 – Foto de Luciano Klaus

lhas que ele abriu: entre eles, José Marques de Melo, Roberto Benjamim, Oswaldo Trigueiro e Joseph Luyten. Dos escritos desse grupo resultou um corpo de conceitos que explicita, ou reinterpreta, a teoria da Folkcomunicação.

Os textos aqui publicados constituem um dossiê que representa uma espécie de itinerário da jovem disciplina da Folkcomunicação.

Uma vida dedicada à Comunicação

Maria Cristina Gobbi ¹

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 de classe média. Desde criança, teve na religiosidade uma fonte de inspiração. Em 1930, entrou para o Seminário de Olinda. Desta forma, observamos que, por algum tempo, seus escritos estavam centrados no campo religioso.

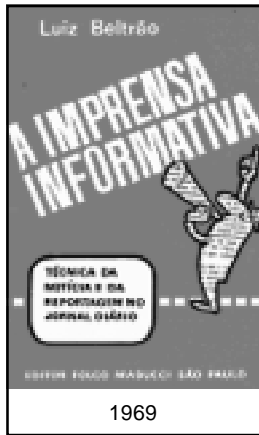


Luiz Beltrão

Influenciado pelo Padre Costa, diretor do Seminário, Beltrão descobre que sua grande vocação se encontra fora dos seus portões. Um desejo grande de liberdade, de contato com pes-

soas, a curiosidade de descobrir e conhecer melhor os mistérios do comportamento humano eram quase infinitos. As diferenças entre o mundo em que vivera e o que se descortinava, fizeram com que Luiz Beltrão encontrasse no jornalismo um novo horizonte.

O *Diário de Pernambuco*, em 1936, ocupando ele o cargo de revisor, foi seu primeiro contato com a nova profissão. “Dois dias após, foi – promovido, como gostava de ironizar o próprio Beltrão – designado para as funções de arquivista de clichês. Em seguida, passou a tradutor de telegramas e depois disso tornou-se repórter.” ²



“Sua formação humanística contribuiu para ressaltar a habilidade de escrever, a sensibilidade do escritor, a personalidade criativa, a inquietação do observador.”³ 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 (Departamento de Imprensa e Propaganda), 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.

Mas seu espírito inquieto não parou por aí. Beltrão se destacou tanto por sua capacidade profissional como por sua grandeza intelectual. Suas qualidades não passaram despercebidas. Toda sua carreira foi marcada pela inovação, espírito de luta, responsabilidade e determinação.

Em 24 de outubro de 1986, o país perdeu um dos mais brilhantes cientistas sociais desse século. Morreu Luiz Beltrão. Ele deixou uma importante produção acadêmica e literária. Além de seus 20 livros, diversas apostilas e artigos, organizou o currículos de diversas faculdades por todo o Brasil, ministrou cursos nas áreas do jornalismo, relações públicas, opinião pública e ensino de comunicação. Dedicou sua vida a ensinar, aprender e discutir jornalismo, sua grande paixão intelectual.



Contribuições para o jornalismo e para as teorias da Comunicação

As contribuições de Luiz Beltrão caminharam por diversos segmentos da comunicação e do jornalismo. Escrevendo, estimulando as novas gerações de pesquisadores, desenvolvendo cursos, formulando teorias e, principalmente, sua preocupação com o homem excluído do cenário comunicacional.

Em uma de suas diversas pesquisas, a professora Samantha Castelo Branco⁴ faz um relato sobre o pensamento de Luiz Beltrão. Para ela, a produção de Beltrão na área da comunicação social pode ser dividida em dois blocos. O primeiro ligado à área da teoria do jornalismo, na qual “busca sistematizar a produção do discurso jornalístico exercido na imprensa”. O seguinte, mais relacionado à teoria da comunicação, ligado à comunicação popular, “resultado da marginalização a que a sociedade política submete a maioria dos trabalhadores” (Castelo Branco, 2000, p. 202).

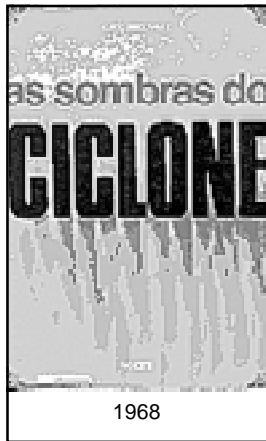
A trilogia *A imprensa informativa* (São Paulo, Folco Masucci, 1969); *Jornalismo interpretativo* (Porto Alegre, Sulina, 1976) e *Jornalismo opinativo* (Porto Alegre, Sulina, 1980); mais *Técnicas de jornal*, publicado pelo Ciespal em 1964, demonstram a preocupação de Luiz Beltrão na sistematização do conhecimento ofereci-

do em suas aulas, como docente em diversas faculdades de Comunicação.

Além desses trabalhos, podemos citar *Iniciação à filosofia do jornalismo*, de 1960, *Metodologia de la enseñanza del periodismo*, de 1963, e *Técnica de jornal*, de 1964.

Em *Teoria da Comunicação* “podem ser apresentados exatamente os dois livros que simbolizam a síntese de seu pensamento e que concentram suas teorias em torno de seu principal objeto: a Folkcomunicação”. O pri-





meiro, *Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de idéias*, resultado de sua tese de doutoramento; e, o outro, *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados* (São Paulo, Cortez, 1980). Podemos ainda citar outra publicação, *O índio, o mito brasileiro*, de 1977.

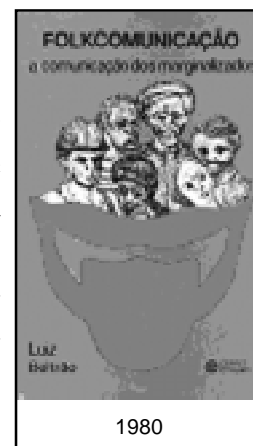
No Jornalismo, no campo da teoria da Comunicação, da Literatura, da reportagem foram várias as suas contribuições, dentre as quais podemos citar: *Os senhores do mundo*,

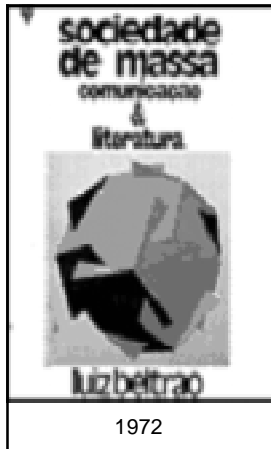
1950, *Quilômetro zero*, 1959; *Itinerário da China*, 1959; *As sombras do ciclone*, 1968; *Sociedade de massa, comunicação e literatura*, 1972; *Fundamentos científicos da comunicação*, 1973; *A serpente no atalho*, 1974; *Teoria geral da comunicação*, 1977; *A greve dos desempregados*, 1984; *Contos de Olanda*, 1989; *Teoria da comunicação de massa*, 1986; *Memória de Olinda*, 1996, entre outros.⁵

Icinform: uma experiência pioneira no Brasil

Podemos afirmar que o surgimento do Instituto de Ciências da Informação (Icinform), está diretamente ligado à fundação do Curso de Jornalismo, da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap) e ao pioneirismo do professor Luiz Beltrão. O Centro foi instalado em 13 de dezembro de 1963, durante a formatura da primeira turma de bacharéis em Jornalismo da Unicap.

Suas finalidades específicas eram a investigação científica da informação coletiva em jornalismo, publicidade e relações públicas; aperfeiçoamento profissional; difusão de estudos no campo das ciências da informação; estudos vol-





tados para a formulação de uma teoria geral a respeito delas; intercâmbio com instituições congêneres (Targino, 2000, p. 168).

O dinamismo do professor Luiz Beltrão à frente do instituto permitiu uma ampliação do curso de Jornalismo e também um estreitamento no contato com universidades e centros de estudos estrangeiros, tais como: Universidade de Concepción (Chile), Católica do Peru (Lima), Vera Cruz (México) e Guayaquil (Equador).

No Brasil, diversos intercâmbios foram realizados. Podemos citar: Escola de Jornalismo Cásper Líbero, Fundação José Augusto (Natal, RN), Universidade de Juiz de Fora (MG), Curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ), Universidade de Minas Gerais, Curso de Jornalismo do Instituto Nossa Senhora de Lourdes (João Pessoa, PB), entre outras. Desses contatos permanentes, surgiram articulações acadêmicas que repercutiram no curso de Jornalismo da Unicap e fortaleceram politicamente o Icinform (*Comunicações & Problemas*, v. 1, nº 1, p. 8).

O legado de Comunicações & Problemas

Comunicações e Problemas é considerada a primeira revista acadêmica de comunicação editada no Brasil. A edição inicial foi publicada em março de 1965, trazendo informações sobre o curso de Jornalismo da Unicap, contendo registro das pesquisas realizadas pelo Icinform, eventos, artigos, depoimentos, entre outros.



Com periodicidade quadrimestral, deixou de circular após 12 fascículos, em 1969, registrando contribuições de José Marques de Melo, Tereza Halliday, Humberto Sodré Pinto, entre outros. Nos seus quatro anos de circulação, discutiu uma série de questões no âmbito da comunicação. Como propunha o próprio *Icinform*, o periódico passou do enfoque das questões regionais do Nordeste, discutidas em sua primeira fase, aos problemas latino-americanos (Nava, 2000, p.187).

Folkcomunicação: Primeira teoria brasileira na área da comunicação

Os estudos de Folkcomunicação estão ligados diretamente à trajetória desenvolvida pelo professor Luiz Beltrão. Primeiro doutor em Comunicação no Brasil, sua tese sobre Folkcomunicação, foi defendida em 1967, na Universidade de Brasília, embora seu título só tenha sido reconhecido 14 anos mais tarde.

Seu pioneirismo no tratamento das teorias da comunicação levando em conta as tradições populares, definiram as linhas mestras de interpretação de uma ciência já conhecida e difundida. Beltrão analisava a comunicação popular como manifestação própria dentro de um determinado grupo cultural.

Sua perspicácia leva-o a mostrar a Folkcomunicação como um potencial estratégico para o diálogo com as classes marginalizadas e não apenas como “objeto de curiosidade, de análise mais ou menos romântica e literária”.

Mesmo sendo reconhecido não só no Brasil, mas também com grande notoriedade internacional, Luiz Beltrão, em toda sua simplicidade, num incentivo à pesquisa e à constante atualização, apresenta sua tese de doutorado, cujo título era *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de idéias*, e é aprovado com distinção e louvor. Estávamos em plena ditadura militar e Beltrão teve seu título de doutor cassado, logo em seguida.

Somente em dezembro de 1984 é reconhecido e homenageado como Pioneiro do Ensino de Jornalismo no país. O Brasil reconhece publicamente as grandes contribuições desse mestre, estudioso e pesquisador.

A atualidade dos estudos desse pioneiro tem suscitado diversos grupos de pesquisa não só no Brasil, mas em países da Europa. Em Portugal, os estudos folkcomunicaçãois foram incorporados como patrimônio cultural brasileiro, nos campos das pesquisas da Lusofonia. Isso ocorreu no segundo semestre, durante as comemorações da cidade do Porto, como Sede Cultural da Europa, no ano de 2002.

Além disso, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) dispõem de grupos de estudos que se reúnem em seus congressos anuais e bianuais. Também



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Ex-votos – Teresina – PI – 2006 – Foto de Orlando Berti





Romeiros – Teresina – PI – 2006
– Foto de Orlando Berti

a Cátedra Unesco/Metodista anualmente realiza a Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom, que, caminhando entre os conceitos de cultura popular e erudita, tem permitido entender e estender as opiniões dos processos de cultura brasileira, através do legado de Beltrão.

Embora lembrado por suas teorias folkcomunicacionais, consideradas por muitos estudiosos como as primeiras teorias genuinamente brasileiras, 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.

Não há como negar a importância do mestre Luiz Beltrão para os estudos do Jornalismo e da

Comunicação. Em toda sua grande produção, é visível a força e o espírito empreendedor, e nisso encontramos o reforço e o estímulo para o desenvolvimento do Portal Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação (www.metodista.br/unesco).



Rapaz segurando Estandarte Pomba – Festa do Divino – Piracicaba

Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

A mídia das comunidades periféricas

Maria Cristina Gobbi

Um Brasil de múltiplas culturas

Nossa cultura é resultado de um Brasil de fusões e de intercâmbios, de culturas antigas, como as indígenas, as africanas, as migrantes (japonesa, italiana, alemã etc.) e da própria imigração de norte a sul, de leste a oeste desse país de dimensões continentais.

Esse enriquecimento de signos e significações permeado pelos meios de comunicação de massa é tradução de uma história específica, um ritmo próprio, com peculiaridades mostradas nos tempos históricos e subjetivos. A complexidade de ritmos, de formas, de cores, de valores e de manifestações configura o patrimônio de uma sociedade que, recheado de importância peculiar, garante a preservação do passado e permite a construção do futuro.

As manifestações culturais de um povo possibilitam demonstrar as composições global, participativa e interativa nos múltiplos cenários globalizados.

A regionalização não é um obstáculo à globalização. Não são forças excludentes. Ao contrário, aquela pôde ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia e da cultura⁶ transnacional. É no âmbito do capitalismo global que se desenvolvem subsistemas econômicos e culturais regionais que redesenham e integram economias e culturas nacionais, recolocando-as nas linhas de força da globalização (Marques de Melo & Lopes, 1997).

Os processos de globalização que o mundo atravessa consolidam a priorização do regional em uma constante busca de mecanismos que transcendem as questões nacionais e/ou globais.

Com afirma José Marques de Melo (2005),

(...) o século XXI desponta sob o signo da globalização acelerada. Na esfera político-econômica, os encontros anuais de *Davos* e de *Porto Alegre* oferecem nítidas evidências desse processo mundializador. Agentes da economia internacionalizada e militantes políticos anti-globais reúnem-se para explicitar suas teses e antíteses. Trata-se, contudo, de eventos e de performances que se esgotam no imaginário das elites. Frente a eles, as camadas populares agem como meros espectadores midiáticos. Sem apreender-lhes o sentido, os cidadãos comuns terminam por alijar da sua vida cotidiana a retórica dessas manifestações periódicas.

Mas o que percebemos na atualidade é uma busca, nem sempre perceptível pelo menos atentos, de ações que evidenciam costumes, credos e outras formas de participação social, presentes em manifestações diversas e que repercutem intensamente nas camadas mais populares. São as formas culturais de um orbe específico e singular, mas não individual, incorporadas ao universo simbólico das comunidades periféricas, formando um mosaico de revelações singulares, mas não únicas, que rompe o isolamento social a que comunidades inteiras são submetidas por conta da chamada globalização.

Costumes, tradições, gestos e comportamentos de outros povos, próximos ou distantes, circulam amplamente na *aldeia global*. Da mesma forma, padrões culturais que pareciam sepultados na memória nacional, regional ou local e ressuscitam profusamente, facilitando a interação entre gerações diferentes, permi-

tindo o resgate de celebrações, ritos, ritmos ou festas aparentemente condenados ao esquecimento (Marques de Melo, 2005).

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

A busca de respostas para questões que abrigam as diferenças entre as localidades e os constantes desafios de se constituir um espaço mais ou menos homogêneo tem elevado a possibilidade de ações conjuntas e complementares não só nas áreas econômica e política, mas cultural, tanto locais quanto regionais. O desafio desta transformação tem permitido ultrapassar as próprias fronteiras e visualizar um conjunto global de atividades, predominando o sentimento de cooperação e de integração regional.

É neste sentido que as ações realizadas pela Cátedra Unesco/ Metodista de Comunicação, pela Rede Folkcom, pelo Grupo de Trabalho da Folkcomunicação da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), pelo Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por diversos pesquisadores como José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Oswaldo Trigueiro, Cristina Schmidt, Severino Lucena, Samantha Castelo Branco, Betania Maciel, Jacqueline Dourado, Rosa Nava, Maria Cristina Gobbi, entre outros tanto, têm buscado consolidar o campo de pesquisa e estudos da chamada Folkcomunicação.⁷

Essas ênfases mostram que na realidade brasileira os “comunicadores folclóricos” traduzem os conteúdos complexos dos meios de comunicação de massa e os interpretam segundo valores tradicionais das pequenas comunidades. Também realizam as ações

contrárias, ou seja, resgatam, estudam e interpretam a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (Marques de Melo, 1998, p. 1).

As pesquisas na área da comunicação têm passado por diversos períodos que revelaram particularidades históricas, inseridas muitas vezes em movimentos políticos, econômicos e sociais, mas que não perdem de foco o respeito pelas singularidades culturais de nossa região. (...)

Para o professor Marques de Melo (2005), o grande dilema dessa comunidade acadêmica na atualidade, formada por pesquisadores, analistas de discurso e estudiosos das mediações culturais, é buscar os elementos capazes de fortalecer nossa identidade acadêmica e nossa singularidade cultural.

(...)



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Padres da cidade de Piracicaba – Festa do Divino – Cidade do interior de São Paulo

Os cenários e os atores sociais

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.

Se, por um lado, a rapidez da sociedade da informação possibilita a criação cotidiana de “um mundo novo” de informações, com a oferta cada vez mais veloz de conhecimento exige, por outro, que toda essa gama de dados faça parte do cotidiano das pessoas quase que em tempo real. 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.

(...)

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 idéias 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 com

ponentes e de um universal consenso. Os grupos acham-se, assim, vinculados a uma ordem semelhante de idéias 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 idéias. (Beltrão, 2004).

Mas as diversidades de figuras que formam a sociedade atual são, entretanto, grandes, heterogêneas e dispersas, fazendo com que se busquem alternativas de ampliar o processo comunicativo. Afinal, todos queremos trocar informações, “ver o outro” e aprender. 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 um 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 século⁸ com o cinema, o rádio e a televisão.

No século XX, há uma ampliação dos canais de comunicação e, como consequência, passou-se a exigir melhor compreensão dos efeitos causados nos processos comunicativos, fruto das escolhas dos “meios, canais, métodos e técnicas para tornar eficientes e produtivas as comunicações” (Beltrão, 2004).

Na esteira do desenvolvimento dos canais comunicativos ocorre a explosão do ciberespaço, onde foram criados negócios, profissões e atividades, estimulando novas áreas do conhecimento e acelerando a busca de informações. 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 de muitos hoje.

(...)

As várias mudanças ocorridas nos cenários globalizados e aquelas significativas na estrutura social dos trabalhadores da cidade e do campo permitiram entender que a relação entre cultura, sociedade, política, economia é um conjunto de trocas, onde todos os atores participam. Quer como produtores ou como consumidores, esses protagonistas utilizam os mais variados meios de comunicação, conjuntamente com múltiplas formas de manifestações desse intercâmbio e de suas significações. Também há a necessidade de conhecer sobre as formas como o povo reage às sugestões que lhe são feitas cotidianamente pelos meios de comunicação.

Não é possível, como afirma Beltrão (2004), continuar acreditando que a “população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, adote novas maneiras de trabalhar, de agir, de divertir-se, um outro modo de crer e decidir”. É necessário analisar os cenários, as formas, os meios, as conseqüências e os atores sociais envolvidos em todo o processo.

Folkcomunicação: Conceitos e definições⁹

Luiz Beltrão

A literatura, a arte, as crenças, os ritos, a medicina, os costumes dessas camadas sociais [populações menos cultas], os seus meios de informação e de expressão continuam ignorados em toda a sua força e verdade, o que impossibilita a comunicação e a comunhão entre governo e povo, elite e massa.

(...)

Valendo-se de formas tradicionais e rudimentares de expressão, ao seu alcance – já que privadas dos meios e veículos de maior extensão, mas de manejo reservado às camadas privilegiadas –, oferecem uma resistência épica à arrancada cultural alienígena.

Esse espírito popular mantém a arte tradicional típica, própria e inconfundível com os padrões baixos de vida ou mesmo com o ambiente econômico elevado. São heranças indelévels do artesanato.¹⁰ O tremendo perigo que esse desconhecimento dos meios de comunicação do povo representa para uma civilização, seja desenvolvida ou em vias de desenvolvimento, foi bem fixado por Lancelot Hogben, em seu estudo sobre a evolução da pintura¹¹ ao indagar “se algumas das civilizações do passado não sucumbiram à pressão exterior até que perderam a sua capacidade de ulterior crescimento porque seus meios de comunicação eram inadequados para obter o esforço da comunidade para o desenvolvimento cultural”.

(...)

Hogben ajunta que tal situação não basta para lograr resultados espetaculares

(...) se os meios de comunicação científica são defeituosos e impedem a livre circulação das informações, relacionadas com estas atividades e a coordenação dos novos conhecimentos, mediante sínteses teóricas globais.

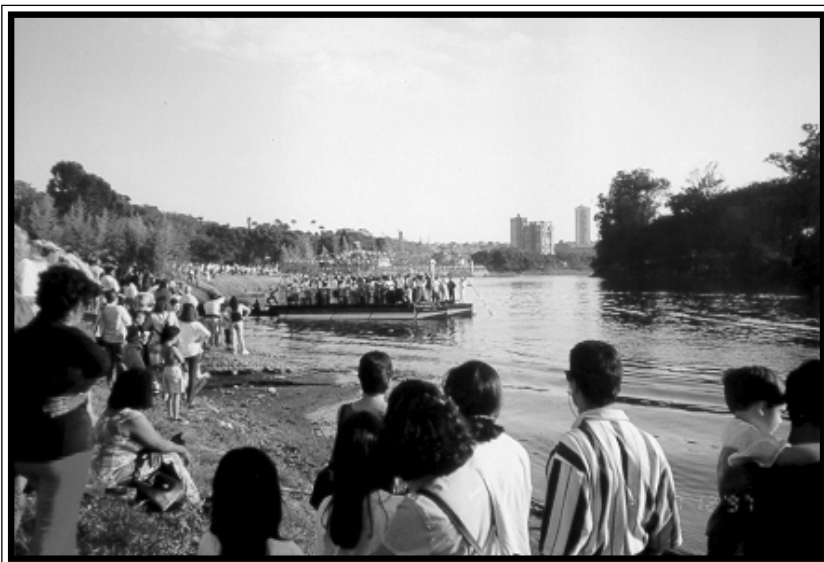
E, melancolicamente, conclui que isto ocorre no mundo ocidental, o que é uma grave ameaça, pois

(...) quando os meios de comunicação de que a ciência dispõe limitam a participação recíproca do teórico e dos que fazem o trabalho cotidiano, nesta contínua interfertilização de teoria e prática, uma cultura se aproxima de seu ocaso.

Se tais constatações apocalípticas são feitas quanto aos países líderes do desenvolvimento, afigura-se-nos de muito maior importância que no Brasil e, geralmente, nos países latino-americanos, como nas novas nações africanas e orientais, se intente a investigação das formas de expressão e dos meios de comunicação de que se vale o povo para impor, às vezes de um modo inesperado, palpável, o seu pensamento e a sua vontade. (...)

O povo norte-americano, pois, guardadas as devidas proporções e dentro de certas paralelas, encontra-se, provavelmente, mal-informado e não tem, nos seus veículos ortodoxos de comunicação, autênticos porta-vozes de sua opinião e dos seus ideais.

As pesquisas de Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, Katz, Merton e Kurt Lewin, entre outras, nos Estados Unidos e países subdesenvolvidos, concluíram por contrariar a crença dominante de que os meios de comunicação coletiva eram todo-poderosos e exerciam decisiva influência direta na aceitação de novas idéias.¹² Todas as investigações levaram à evidência de que o efeito dos meios – jornais, rádio, televisão e cinema – postos a serviço de grandes campanhas políticas ou



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Balsa de Devotos e margem do Rio Piracicaba – Festa do Divino – Piracicaba – Interior de São Paulo

sociais, visando a mudar opiniões e atitudes em curto prazo, não era tão eficaz como se imaginava.

Para que a mudança se verificasse, uma outra influência se colocava entre os meios e o grupo afetado – a influência do líder de opinião –, personagem quase sempre do mesmo nível social e de franco convívio com os que se deixavam influenciar, tendo sobre eles uma vantagem: estavam mais sujeitos nos meios de comunicação do que os seus liderados. Conheciam o mundo – isto é, haviam recebido e decodificado as mensagens dos meios, transmitindo-as em segunda mão ao grupo com o qual se identificavam.

O processo denominado fluxo da comunicação em dois estágios – dos meios aos líderes e destes aos seus amigos mais próximos – foi pacientemente pesquisado em diferentes ocasiões e diversos ambientes e teve os seus dados avaliados pelo Departamento de Pesquisa Social Aplicada da Universidade de Colômbia. De uma maneira geral, foi verificado:

1. que a influência de outras pessoas em decisões específicas tende a ser mais freqüente – e certamente mais efetiva – que a dos meios de comunicação coletiva;
2. que influenciadores e influenciados mantêm relações estreitas e, conseqüentemente, tendem a compartilhar das mesmas características de situações social;
3. que indivíduos intimamente relacionados tendem a ter opiniões e atitudes comuns e relutam em abandonar o consenso do grupo, mesmo que os argumentos dos meios de comunicação coletiva lhes pareçam atraentes;
4. que, embora a influência passe dos mais para os menos interessados, estes últimos devem ter suficiente interesses para serem suscetíveis à mudança.

(...)

Pesquisas mais recentes substituíram a hipótese de que o fluxo tem dois estágios: os líderes de opinião, por sua vez, buscavam conselho e informação com outras pessoas – num processo que Lazarsfeld denomina *fluxo em múltiplos estágios* – dos meios de comunicação coletiva, através de vários líderes que se comunicam entre si, para os grupos liderados.

Essa consulta a fontes mais autorizadas – ou assim consideradas pelos líderes de opinião – resulta da sua mobilidade. Como registrou investigação realizada em um contexto subdesenvolvido, no Oriente Médio, os líderes de opinião nunca estão completamente incorporados à sua comunidade. Viajam freqüentemente para os contatos com os seus informantes e conselheiros. Nos regressos, chegam a recolher para si o prestígio até então conferido aos mais velhos – os tradicionais anciãos (entre nós, “coronéis”) – pois se tornaram elementos de ligação da comunidade com o mundo de fora.



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Barqueiros em Procissão – Festa do Divino – Piracicaba – Interior de São Paulo

(...)

Já que os grandes meios convencionais de comunicação coletiva não funcionam para a obtenção de efeitos positivos para as pretensões das elites culturais e políticas – as metas desenvolvimentistas – porque as suas mensagens não são assimiladas, por interação social, nos grupos estudados, é tarefa de investigador pesquisar quais os veículos que, tradicionalmente, servem à condução de mensagens entendidas e aceitas em tais segmentos da sociedade.

Em seguida, impõe-se o trabalho de análise de conteúdo da mensagem pelo pesquisador, a fim de classificá-la e compará-la com aquelas omitidas pelos meios convencionais de comunicação coletiva. (...)

Em 1959, logo que relatei os meus estudos sobre a comunicação jornalística, efetuados à base das suas manifestações convencionais dos seus veículos consagrados – os periódicos, o rádio, a televisão, o cinema –, buscando isolar os seus atributos essenciais, caracterizar os seus agentes e apreciar as suas condições filosóficas, senti-me atraído por outros aspectos da difusão de informações e expressão da opinião pública, que pareciam ter escapado ao meu labor de indagação científica.

Os dados estatísticos sobre a circulação de jornais e revistas, número de receptores de rádio e TV, de salas de espetáculos e os índices de frequência de espectadores do cinema, em relação à população brasileira; ao seu nível cultural, à sua capacidade aquisitiva e à sua distribuição demográfica pelo território nacional, levavam-me a procurar esclarecer problemas que pareciam desafiar as conclusões a que chegaram naquele primeiro ensaio.

(...)

A realidade brasileira era constatada por sociólogos, psicólogos sociais, antropologistas, políticos e economistas: dois brasis se defrontavam. Um em franco desenvolvimento cultural e econômico; outro, marginalizado, entravando os planos de progresso. Um res-



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Grupo de Dança – Apresentação em São Bernardo do Campo – SP – II Folkcom – 1999

pondo 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 idéias e das técnicas novas, difundidas, sobretudo pelos veículos jornalísticos; outro crendo apenas nos seus *catimbós* 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.

(...)

Havia, naturalmente, um propósito nesta cobertura que dispunha a empreender: queria confirmar os frutos da pesquisa anterior nos domínios do jornalismo convencional. Se a comunicação jornalística era essencial à formação das crenças e das decisões que impulsionam o indivíduo e as sociedades à ação, evidentemente

aqueles *catimbós*¹³ tinham de ser veículos jornalísticos. E o processo de atualização, reinterpretação e readaptação dos modos de pensar e agir dessa massa surda às mensagens da imprensa, do rádio, da TV e do cinema haveria, igualmente, de identificar-se com o processo jornalístico, produzindo efeito mediante métodos técnicos semelhantes.

Ou estaria eu inteiramente errado em tudo quanto verificara e concluía antes ou iria encontrar conteúdo jornalístico em atividades alheias, e até fundamentalmente dessemelhantes, à atividade jornalística. Iria flagrar agentes-comunicadores de fatos em indivíduos que se surpreenderiam se lhes fosse dito que eram jornalistas. Encontraria a explosão da opinião pública em palavras e atos aparentemente vazios ou inócuos de sentido reivindicatório. Editorialistas vibrantes em iletrados e analfabetos. Editores sagazes em pobres-diabos sem tostão e sem empresa.

Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP



Devota – Teresina –
PI – 2006 – Foto de
Otávio Almeida

De saída, foi-me preciso recorrer às páginas da história. Reler os cronistas coloniais. Retornar à época em que, no Brasil, não havia estradas, nem meios de transporte e, muito menos, folhas impressas. Saber como se comunicavam os indígenas, senhores da terra, mesmo antes que aqui chegassem as velas lusitanas. E acompanhar, através dos séculos de povoamento, a evolução dos meios primitivos de contato social. Para ver, afinal, os que tinham subsistido, resistindo às mudanças, inovações e circunstâncias, envolvendo-se embora noutras roupagens, disfarçando-se, travestindo-se de tal modo que nós, os cronistas modernos, não os identificamos e classificamos como tais, perdendo em argúcia para os Thevet, Lery, Anchieta e Gabriel de Sousa nos idos do I e II séculos.

Valeram-se, nessa atividade sherloquiana, historiadores, sociólogos, geógrafos, ilustradores, memorialistas. Coleções de jornais e revistas, de avulsos e volantes, de livros empoeirados esquecidos nas estantes de bibliotecas e de sebos, ou guardados em arquivos públicos e privados. As atenções de estudiosos que trabalham e pesquisam campos afins, muitas vezes sem esperança de ver divulgados os resultados da sua beneditina tenacidade. As conversas que mantive com os mais velhos e experientes senhores-de-engenho e fazendeiros dos “bons tempos” da cultura canavieira nordestina e daquela civilização do couro e do gibão, a que se refere o poeta. Com chefes políticos do interior, os “coronéis” de tanto prestígio, senhores de barão e cutelo dos sertões setentrionais brasileiros. Com venerandas senhoras de quase um século de existência, testemunhas eloqüentes das grandes transformações sociais operadas no nosso país nesta centúria.

Com filhos e netos de escravos, com pais-de-santo, com gentes das *nações* africanas e das tribos indígenas, que se mantêm vivas e atuantes nos *maracatus* e nos caboclinhos do riquíssimo carnaval recifense. Com os antigos *caixeiros-viajantes* e os novos representantes comerciais, com motoristas dos transportes rodoviários,

cantadores repentistas, humildes *passadores-de-bicho*, que enchem *poules* da manhã à tardinha de sítio em sítio, com frades missionários, com andarilhos e retirantes, cabos de destacamentos perdidos nos longes das caatingas, reformados tenentes e capitães das volantes policiais que deram fim, matando ou prendendo, a bandoleiros famigerados.

(...) A questão residia em, depois da pesquisa, selecionar entre eles os agentes da comunicação popular os *catimbozeiros*; estudar-lhes a linguagem, situar em sua mensagem, aparentemente distante do propósito informativo-opinativo porque na maior parte das vezes destinada especificamente a preencher ócios, proporcionar mero entretenimento ou fazer negócio – situar-lhe o conteúdo rico em significados, que produziria no ouvinte, no leitor ou no assistente o mesmo efeito da retórica jornalística entre os receptores do outro Brasil.

Uma característica predominante surgia nos agentes-comunicadores selecionados e nas modalidades que adotavam para a transmissão das suas mensagens – a característica folclórica. Com muita precisão Pedro Calmon havia apontado, na fase agitada da Regência, o início do divórcio entre as classes sociais da pátria nascente: “fragmentava-se a Nação”. E fragmentava-se exatamente quando entravam na liça os primeiros periódicos, tornando-se, logo, porta-vozes das elites dirigentes e cultas. (...)

Naturalmente, essas formas de expressão se firmavam em costumes e práticas vindas dos antepassados longínquos no tempo e no espaço. Conservadas pela tradição oral e pelo admirável instinto de preservação das raças oprimidas ou desprezadas. Encobertas pelos disfarces necessários à sua sobrevivência, pelo sincretismo a que os seus portadores se submetiam inapelavelmente ao contato com outra cultura. (...)

Achava-se, de acordo com a tese de Edison Carneiro, segundo a qual “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”, fazendo-se através do folclore que é dinâmico porque “não obstante partilhar, em boa percentagem, da tradição e caracterizar-se pela resistência à moda (...) é sempre, ao mesmo tempo que uma acomodação, um comentário e uma reivindicação”.¹⁴

Registrava, na pesquisa, que meios de comunicação, que tinham servido em épocas imemoriais e que haviam sido abandonados ou tinham evoluído para uma forma e utilização sofisticada pelos que detinham a posse oficial dos instrumentos de informação pública – continuavam, como então, a prestar-se à veiculação das mensagens populares: a poesia dos jograis medievais, a poranduba dos silvícolas, a parlenda interesseira dos mascates vendendo quinquilharias e fornecendo intrigas de quebra, acham-se presentes nos improvisos dos cantadores e nas novidades trazidas e levadas pelos caixeiros-viajantes e choferes de caminhão, o encantamento das histórias e lendas, que transmitiam no seu simbolismo as normas de conduta aos clãs primitivos, aplicáveis ou de mistura com fatos correntes, e a sabedoria acumulada na experiência dos pajés, dos feiticeiros, dos magos tupis e africanos, mesclada com os ensinamentos dos evangelizadores de Loyola (...) – 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.

Veículos de informação e opinião da massa popular permaneceram folguedos e autos trazidos no bojo das caravelas e dos navios negreiros, como *a queima do Judas*, *a serra dos velhos*, as canções, danças e fantasias do entrudo, o teatro de bancos mais pobres e mais simples do mundo – o mamulengo – e a representação nos amplos palcos das ruas e dos terreiros do *bumba-meu-boi*, o mais nacional

dos autos populares do país. Muito do jornalístico se poderia registrar nos produtos da habilidade artesanal de pintores, escultores, ceramistas, rendeiras, gravadores e até de cozinheiras do forno e fogão que desenvolveram e praticam, conforme Gilberto Freyre, “a mais doméstica e tradicional das artes brasileiras – a confeitaria” .

(...)

A vinculação estreita entre folclore e comunicação popular, registrada na colheita dos dados para este estudo, inspirou o autor na nomenclatura desse tipo “cismático” de transmissão de notícias e expressão do pensamento e das reivindicações coletivas.

Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.

(...)

Devota – Teresina – PI – 2006 – Foto de Orlando Berti



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

A comunicação dos marginalizados¹⁶

Luiz Beltrão

A investigação da natureza, dos elementos e da estrutura, dos agentes e usuários, do processo, das modalidades e dos efeitos da Folkcomunicação é absolutamente necessária, notadamente em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos, de disseminação populacional irregular, de reconhecida má distribuição de rendas e acentuado nível de pauperismo e caracterizado, em consequência destes e de outros fatores, por freqüentes crises institucionais que conduzem à inevitável instabilidade política.

A redução desses males exige a colaboração de todo o povo, e surpreende que se confie a emissão de mensagens, que se aspira construtivas de unidade de propósitos, quase exclusivamente à comunicação convencional através dos meios de massa, fora do alcance de imensas porções de audiência como um todo, quando nem mesmo conhecemos realmente bem os que usamos no dia-a-dia em nossos diálogos.

(...)

No sistema de Folkcomunicação, embora a existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como emissões desportivas pela TV, canções gravadas em disco ou mensagens impressas em folhetos e volantes), as manifestações são, sobretudo, resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. A recepção sem este intermediário só ocorre quando o destinatário domina seu código e sua

técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais.

Em outras palavras, a Folkcomunicação é, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência, por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.

(...)

A influência dos meios de comunicação de massa se exerce não diretamente, mas através de grupos compreendidos dentre n receptores que constituem a audiência, por sua natureza dispersa e desorganizada. (A raiz da confusão está exatamente em identificar-se um número x de receptores de uma mensagem massiva – por exemplo, o público presente a uma sessão cinematográfica – com a totalidade daqueles aos quais a mensagem é dirigida e tem possibilidade de atingir, desde que é veiculada por um meio multiplicador e/ou de alcance universal.) Ademais, o público receptor da mensagem massiva é heterogêneo, notadamente no que diz respeito à cultura; desse modo, o conteúdo latente da comunicação não é captado por uma parcela significativa da audiência, à qual falta aquela experiência comum que condiciona a sintonização entre comunicador e receptor.

A diferença do processo do diálogo interpessoal/intergrupar direto, a industrialização da mensagem massiva não permite a imediata correção, reformulação ou adequação à capacidade receptiva do indivíduo que a consome. O que o leva, sobretudo se desconhece a “linguagem” e se situa em “universo de discurso” diverso do comunicador, a procurar uma conexão com o grupo ou grupos com que se acha relacionado, seja familiar, ideológico ou profissional, para obter esclarecimento.

(...)

Enquanto no sistema de comunicação social é muito freqüente a coincidência entre os líderes de opinião e as autoridades políticas, científicas, artísticas ou econômicas, na Folkcomunicação há maior elasticidade em sua identificação: os líderes agentes-comunicadores de folk, aparentemente, nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham.

Convém esclarecer, no entanto, que muitos desses líderes não só têm consciência de sua posição como atuam, às vezes mesmo abusivamente, para mantê-la ou ampliá-la. Conscientemente, e num sentido construtivo, desenvolveram e desenvolvem sua capacidade de liderança pregadores como padre Cícero e frei Damião, cantadores e violeiros, poetas-folhetistas e glosadores, compositores populares como Luiz Gonzaga e os sambistas dos morros cariocas, jornalistas e radialistas das pequenas emissoras interioranas.

Ao contrário, explorando a credulidade pública e seu espírito de luta, ainda existem falsos religiosos, médiuns, videntes e beatos e a enorme legião de espertos executivos e demagogos políticos que, com desvantagem para as comunidades, substituíram em postos de mando municipais os “coronéis”, cuja atuação político-social foi admiravelmente fixada na ficção e não menos estudada pela sociologia brasileira.¹⁷

A ascensão à liderança está intimamente ligada à credibilidade que o agente-comunicador adquire no seu ambiente e à sua habilidade de codificar a mensagem no nível do entendimento de sua audiência. Em função da estrutura social discriminatória mantida em nações como a nossa, a massa camponesa, as populações marginalizadas urbanas e até mesmo extensas áreas proletárias ou de subempregados se comunicam através de um vocabulário escasso e organizado em significados funcionais próprios dentro dos grupos.

A audiência da Folkcomunicação

Temos identificado os públicos usuários do sistema de Folkcomunicação como marginalizados, e tanto as expressões derivadas como o fenômeno da marginalidade são suscetíveis de significações as mais diversas e de conotações específicas no uso comum e nas ciências sociais. Perlmann nos oferece, em seu estudo sobre favelas e política no Rio de Janeiro,¹⁸ uma exposição sucinta, mas clara e ordenada, da teoria da marginalidade, discriminando os atributos do estatuto marginal do migrante favelado urbano em suas dimensões social, cultural, econômica e política e construindo um tipo ideal ou paradigma que serviu de base à sua pesquisa e conclusões. Por outro lado, Paoli, em trabalho de investigação sociológica,¹⁹ ocupa-se do papel desempenhado pela religião e pelo mundo do imaginário, largamente difundido pelos meios de massa e muitas vezes transposto aos meios de folk, na manutenção das relações de dominação impostas pelas elites às camadas subalternas da sociedade, pela integração simbólica que essas experiências mágicas provocam. Foi principalmente nas obras citadas que encontramos os elementos básicos de que nos valemos neste passo para a caracterização da audiência da Folkcomunicação.

A expressão marginal surge, na literatura científica, pela primeira vez em 1928, em artigo de Robert Park sobre as migrações humanas, publicado no *American Journal of Sociology*. O migrante é ali definido como um “híbrido cultural”, um “marginal”, que, embora compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, “jamais se decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições, e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar”.

Como é fácil constatar, o autor se refere à situação do migrante estrangeiro; contudo, tanto a essência das características (oposição à mudança/preconceito) como a tipificação a seguir coincidem com

nosso objeto: “É um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente”. Posteriormente, o termo ganhou significado pejorativo, sendo o marginal considerado elemento perigosos, ligado ao mundo do crime, o fora-da-lei, vagabundo, violento, homem ou mulher que viva da bebida, dos tóxicos, da prostituição e dos atentados à propriedade.

Extensivamente, foi aplicado “aos pobres em geral, desempregados, migrantes, membros de outras subculturas, minorias raciais e étnicas e transviados de qualquer espécie” (Perlmann). O mesmo autor assinala, entre os pontos importantes do surgimento e caracterização da marginalidade e que nos interessam particularmente, a influência da invasão do exterior, como ocorreu na América Latina, onde “o processo da colonização implicou não apenas conquista e invasão, mas contato cultural e manipulação diária da população indígena”, o que colocou as culturas existentes numa situação marginal; e ainda a inexistência do fenômeno em sistemas tribais ou feudais, já que o primeiro “não implicava conceito de superioridade” e, no último, “havia a aceitação tácita da sua posição e da natureza hierárquica da sociedade”.

O fenômeno da marginalidade se caracterizou após a revolução burguesa e sua ideologia, e se agravou com a Revolução Industrial, geratriz conceptual e formal da sociedade de massa. Às camadas superiores – a elite do poder econômico e político – que estabelecem os níveis de civilização e as metas de desenvolvimento, inclusive sociocultural, se contrapõem indivíduos e grupos sem condições (ou a quem sempre são negadas condições) de alcançá-los, por sua pobreza, por suas culturas tradicionais, pelo isolacionismo geográfico, rural ou urbano, pelo baixo nível intelectual ou pelo inconformismo ativo e consciente com a filosofia e/ou a estrutura social dominante.

Do levantamento e análise dessas condições, a que vimos dedi-

cando nossos estudos, resultou a identificação e classificação de grupos de usuários da Folkcomunicação, através da qual se entendem, já que excluídos, marginalizados (e não marginais, expressão que evitamos para afastar sua conotação negativa) não só do sistema político como do de comunicação social, ambos voltados à preservação do *status quo* definido pela ideologia e pela ação planificada dos grupos dirigentes.

Sob os critérios adotados, distinguimos, na audiência (usuários) da Folkcomunicação, três grandes grupos, a cuja apresentação dedicaremos, como modelos de pesquisa, as partes seguintes deste ensaio:

1. os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
2. os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
3. os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente.

Como na Folkcomunicação cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria sintaxe, e cada agente-comunicador emprega o canal que tem à mão e melhor sabe operar de modo a que seu público veja refletidos na mensagem seu modo de vida, suas necessidades e aspirações, o enquadramento de qualquer parcela da comunidade em um desses grupos depende, antes do mais, de uma pesquisa das linguagens específicas utilizadas pelos indivíduos que a compõem e dos meios de expressão por eles utilizados.

Não se deve esquecer que enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da Folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade. Relações semelhantes, em sua consistência, às quais ligam ao latim a língua falada no Brasil ou a doutrina e a moral católicas ao sincretismo e à ética umbandista. Não obstante o rico sistema que estudamos contém, possivelmente com mais vigor que o outro, um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no folclore, desde que a autêntica cultura popular tem raízes, tronco e ramos tão profundamente arraigados na natureza humana que suas manifestações parecem provir de uma única semente, independentemente de raças e latitudes.

Uma estratégia das classes subalternas

*José Marques de Melo*²⁰

A Folkcomunicação configura-se, hoje, como um segmento inovador de pesquisa latino-americana no âmbito das ciências da comunicação. O objeto de pesquisa dessa nova disciplina está situado na fronteira entre o Folclore e a Comunicação de Massa.

Se o Folclore compreende *formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas*, a Folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de *mecanismos capazes de difusão simbólica de expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural*.

Esta era a compreensão original de Luiz Beltrão, que a entendia como *processo de intermediação entre a cultura das elites* (erudita ou massiva) *e a cultura das classes trabalhadoras* (rurais ou urbanas).

Tratava-se daquela “segunda etapa” do processo de difusão massiva concebido pelo sociólogo Paul Lazarsfeld e seus discípulos da Universidade de Columbia. Porém com uma diferença fundamental. Enquanto os cientistas norte-americanos vislumbravam o protagonismo individual de “líderes de opinião” em “grupos primários”, o fundador da Folkcomunicação dimensionava a influência coletiva de “agentes folk” no seio de “comunidades periféricas”.

Dentro dessa perspectiva realizaram-se as primeiras pesquisas do gênero, privilegiando aquelas *decodificações da cultura de massa* (ou suas leituras simplificadoras da cultura erudita) *feitas pelos veículos rudimentares nos quais se abastecem simbolicamente os segmentos populares da sociedade*.

Contudo, para legitimar-se socialmente e para conquistar os mercados constituídos por cidadãos que não assimilaram inteiramente a cultura alfabética, a indústria cultural brasileira necessitou retroalimentar-se continuamente na cultura popular. Muitos dos seus produtos típicos, principalmente no setor do entretenimento, resgataram símbolos populares, submetendo-os à padronização peculiar à fabricação massiva e seriada.

Em face disso, os discípulos de Luiz Beltrão ampliaram o raio de observação dos fenômenos folkcomunicaçãois, não se limitando a analisar as estratégias da recodificação popular de mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos (Benjamim, 2004). Ou seja, pesquisando a apropriação de bens da cultura popular pela indústria cultural (tanto os meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo).

Grupo de Dança – apresentação em São Bernardo do Campo – SP – II Folkcom, 1999



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

A Folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (Marques de Melo, 1980). Trata-se de uma negociação a um só tempo sutil e astuciosa, naquela acepção cunhada pelo italiano Antonio Gramsci (1979) e reinterpretada pelo brasileiro Edison Carneiro (1965), que influenciou decisivamente o arcabouço teórico construído por Luiz Beltrão.

Folkmídia

Há meio século, o folclore da sociedade industrial refletia a apropriação da cultura popular pela poderosa cultura de massas, processando símbolos e imagens enraizados nas tradições nacionais dos países hegemônicos e convertendo-os em mercadorias para o consumo das multidões planetárias (Bausinger, 1961). Por sua vez, o *folclore midiático*, típico da sociedade pós-industrial, configura-se como mosaico de signos procedentes de diferentes geografias nacionais ou regionais, buscando projetar culturas seculares ou emergentes no novo mapa mundial.

Por isso mesmo, os espaços ocupados pelas tradições populares na agenda midiática contemporânea correspondem a iniciativas destinadas a preservar identidades culturais ameaçadas de extermínio ou estagnação, quando confinadas em territórios pretensamente inexpugnáveis. Mas funcionam também como alavancas para a renovação dos modos de agir, pensar e sentir de grupos ou nações que, empurrados conjunturalmente para o isolamento mundial, refluem à incorporação de novidades.

Esse folclore midiaticizado possui dupla face. Da mesma forma que assimila idéias e valores procedentes de outros países, preocupa-se também com a projeção das identidades nacionais, exportan-

do conteúdos que explicitam as singularidades dos povos aspirantes a ocupar espaços abertos no panorama global.

O caso brasileiro torna-se paradigmático neste início de milênio. Nossa cultura nacional foi amalgamada pela conjunção de símbolos oriundos de povos multifacetados. O contingente lusitano trouxe-nos um legado híbrido de tradições eurolatinas, incorporando traços civilizatórios assimilados nos territórios africanos e asiáticos onde suas naves aportaram pioneiramente. Essa matriz hegemônica incorporou traços inconfundíveis das civilizações ameríndias que habitavam o nosso litoral, nos tempos da colonização, e que foram expulsas da faixa atlântica, sobrevivendo isoladamente na selva amazônica e outros focos bravios. A elas se juntaram os costumes e expressões das comunidades africanas, trazidas compulsoriamente nos navios negreiros para desempenhar funções produtivas nas plantações açucareiras, pecuária extensiva ou nos complexos auríferos.

Dessa imbricação simbólica resultou uma pujante *cultura popular* responsável, em grande parte, pela natureza da identidade nacional brasileira, que se reproduziu heterogeneamente durante cinco séculos em todos os quadrantes da nossa geografia. Contudo, os traços explicitamente homogêneos da chamada *cultura brasileira* são aqueles herdados da *cultura erudita* eurolatina, disseminados sistematicamente pela rede escolar, Igreja católica e outras instituições respaldadas pelo aparato estatal.

Trata-se de dualismo cultural que se foi alterando, no decorrer do século 20, pela penetração de padrões consentâneos com a fisionomia polifacética da emergente *cultura de massas*, importada de matrizes inicialmente européias e ultimamente das indústrias simbólicas norte-americanas. Essa corrente teve efeitos significativos na configuração do nosso perfil cultural contemporâneo, que deixa de refletir o *arquipélago cultural* outrora identificado por Manuel Diegues Júnior (1960), projetando aquela faceta que Renato Ortiz (1988) rotulou apropriadamente como a “moderna tradição brasileira”.



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Grupo de Dança – apresentação em São Bernardo do Campo – SP – II Folkcom – 1999

Estamos, portanto, em pleno processo de transmutação da nossa identidade cultural, compelidos a continuar importando padrões oriundos das matrizes da indústria mundial de bens simbólicos, mas também participando desse mercado internacional potencializado pela cultura massiva.

McLuhan e Beltrão

O midiólogo canadense Marshall McLuhan (1951) debutou no cenário intelectual norte-americano, em meados do século XX, com a publicação do livro *The Mechanical Bride*.

Ele partia do pressuposto de que, na sociedade pré-industrial, o *popular* nem sempre teve papel decisivo na configuração do *folclore*. Trata-se de tese semelhante àquela defendida pelos historiadores ingleses Hobsbawn & Ranger (1997), no sentido de que a *invenção* constituiu fator crucial no alicerce das *tradições* europeias. Da mesma maneira que parcelas da herança simbólica da aristocracia britânica foram *fabricadas* pelos historiadores oficiais, a mais genuína

cultura popular ianque foi *produzida* por agentes da sociedade civil.

McLuhan cumpriu a tarefa de surpreendê-la no apogeu da sua apropriação pela mídia, ou seja, quando a *indústria cultural* catalisou os sentidos da sociedade norte-americana. Sua pesquisa tomou como referencial os anúncios publicitários e as peças de entretenimento (quadrinhos, cinema, televisão) difundidos pelos jornais diários e revistas periódicas.

Estava implícita nessa metodologia a idéia de que o *homem industrial*, vivendo nas periferias das megalópoles, inseria-se numa *cultura de massa* enraizada nas *tradições populares*. Este é inegavelmente o segredo de todo o êxito alcançado pela indústria midiática dos EUA, alicerçando-se no arsenal simbólico das comunidades rurais edificadas pelos antigos colonizadores ingleses ou no legado cultural introduzido pelos contingentes de imigrantes. Estes formariam comunidades urbanas amalgamadas à forte *cultura popular* norte-americana, preservada pelo aparato estatal e ao mesmo tempo fortalecida pelas agências socializadoras, atuantes em todo o território nacional.

Essa cultura popular massificava-se, criando elos interativos entre *ianques* primitivos e adventícios. Preparava-se o terreno para sua exportação a todo o planeta, consubstanciado em *aldeia global*.

Naquela conjuntura em que Marshall McLuhan formulava hipóteses posteriormente transformadas em realidades inequívocas no norte das Américas, Luiz Beltrão diagnosticava situação diametralmente inversa ao sul do Equador. O Brasil perfilava-se como uma sociedade marcada pela vigência de uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita. Donde a necessidade de decodificação das suas mensagens para serem assimiladas pelas camadas populares da nossa sociedade.

A este processo de tradução dos conteúdos midiáticos, feita pelos “meios populares de informação de fatos e expressão de idéias”, Luiz Beltrão (1967) denominou Folkcomunicação. Sua tese

de doutorado foi dedicada a elucidar as estratégias e os mecanismos adotados pelos agentes folkcomunicacionais no sentido de tornar inteligíveis fatos (informações), idéias (opiniões) e diversões (entretenimento). Em pesquisas posteriores, Beltrão (1980) comprovou que a imprensa, o rádio, a televisão e o cinema difundem mensagens que não logram a compreensão de vastos continentes populacionais. Esses bolsões “culturalmente marginalizados” reagem de forma nem sempre ostensiva, robustecendo um sistema midiático alternativo. Constroem e acionam veículos artesanais ou canais rústicos, muitas vezes estabelecendo uma espécie de *feedback* em relação ao sistema hegemônico.

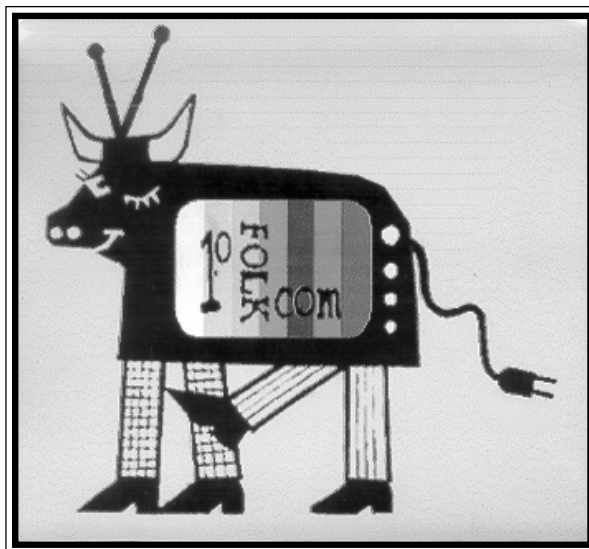
As pesquisas desenvolvidas pelos discípulos de Luiz Beltrão atestam a pujança dos processos folkcomunicacionais na base da nossa sociedade, tendo em vista a persistência daqueles contingentes “marginalizados” da sociedade de consumo que ainda demandam a decodificação “popular” dos conteúdos elitistas veiculados pela mídia convencional (Benjamin, 2000). Evidencia-se, contudo, a emergência de uma corrente em sentido oposto, qual seja a incidência de temas populares na mídia massiva, refletindo a sensibilidade dos seus editores para corresponder às expectativas dos segmentos que se incorporam ao seu mercado consumidor, principalmente na imprensa diária. Tais processos folkmidiáticos (Marques de Melo, 2004) começam a ser desvendados pela nova geração que integra a Rede Brasileira de Pesquisadores de Folkcomunicação.

A confirmar-se essa tendência, estaríamos reproduzindo, meio século depois, aquele fenômeno que McLuhan identificara na América do Norte (Estados Unidos e Canadá), dando-lhe o rótulo de “folclore do homem industrial”.

O papel articulador da Cátedra Unesco/Metodista¹⁷

Maria Cristina Gobbi

No ano de 2004, constituiu-se a Organização Não-Governamental Rede Folkcom – Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. Ela tem como missão ser um núcleo aglutinador de pesquisadores e estudiosos da Folkcomunicação, geradora de reflexões, estudando o folclore como um processo permanente de comunicação e a mídia como um meio.¹⁸



Símbolo da Rede Folkcom criado por Marco Aurélio Briseno Teixeira para a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida no ano de 1998, na Universidade Metodista de São Paulo.

A Rede surgiu a partir de um desafio lançado pelo professor José Marques de Melo, durante o VI Encontro Brasileiro de Folkcomunicação, no ano de 2003, para um grupo de estudiosos da comunicação.

A Rede, de acordo com seu estatuto, objetiva:

1. delinear o campo da Folkcomunicação definindo um arcabouço teórico metodológico;
2. compreender o contexto da Folkcomunicação a partir da localização: do homem, da festa, da culinária, do artesanato, da música, da religião, da arquitetura, do trabalho etc;
3. realizar estudos documentais e empíricos descrevendo-os e analisando-os enquanto processos e fenômenos folkmediáticos, localizando seus agentes codificadores, seus canais de expressão, o tipo de mensagem, o público que se destina;
4. intercambiar subsídios com os pesquisadores ligados à Rede Folkcom e com novos pesquisadores e outras entidades de pesquisa, inclusive internacionais;
5. promover seminário e/ou reunião científica nas instituições de origem de cada pesquisador a fim de ampliar a discussão da Folkcomunicação;
6. divulgar os resultados das pesquisas em eventos científicos regionais, nacionais e internacionais.

A Rede Folkcom está aberta para a participação de pesquisadores, professores e estudantes que se interessam pelos estudos da Folkcomunicação. Os contatos podem ser feitos pelo e-mail: catedra.unesco@metodista.br.

O que observamos na série de relatos disponibilizados nesse volume é que, desde a década de 1960, a Folkcomunicação vem ensejando um conjunto de produtos que tem estimulado os debates

e a compreensão das manifestações da cultura popular no campo da comunicação. Essas pesquisas vêm contribuindo para a atualização do trabalho do professor Luiz Beltrão. São várias as ações e produções que demonstram a diversidade dos estudos folkcomunicaçãois e sua aplicação na área.

A importância desse tipo de publicação reside no fato de que os diversos textos publicados por Luiz Beltrão ao longo de sua trajetória profissional e acadêmica já não estão disponíveis no mercado editorial por terem suas edições esgotadas. Muitos são trabalhos seminais, outros já apresentam resultados de anos de pesquisa e interação com a comunicação. São reflexões que contemplam mais de 30 anos de dedicação ao entendimento da comunicação e do jornalismo como campos do conhecimento humano, da participação popular, da socialização de informação e da igualdade de direitos.

A publicação deste Caderno vem preencher uma lacuna para aqueles estudantes que buscam na obra de Luiz Beltrão a referência necessária para aprofundar seus estudos e suas reflexões, tendo como identificador um alvitre pioneiro, vasto e fundamentado na práxis comunicativa.

Mulher-Flores
– Festa do Divino – Piracicaba
– Interior de São Paulo



Acervo do PCLA/Cátedra Unesco/SP

Bibliografia

BELTRÃO, Luiz. *Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias* (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, a comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez, 1980, p. 259-279.

BELTRÃO, Luiz. *Comunicação e Folclore*. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

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

BENJAMIN, Roberto. *Folkcomunicação no contexto de massa*. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2000.

BRANDÃO, Theo. *Folguedos natalinos*. 3 Ed. Maceió: UFAL, 2003.

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

CARNEIRO, Edison. *A sabedoria popular*. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, Instituto Nacional do Livro, 1957.

CASTELO BRANCO, Samantha. *Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática*. In: DUARTE & BARROS, org. *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, p. 110-124.

COCHRANE, Allan. *Global Worlds and Worlds of difference*. In: ANDERSON, BROOK and COCHRANE (eds). *A Global World*. New York: Oxford University Press, 1995, p. 249-280

DIÉGUES JÚNIOR., Manuel. *Regiões culturais do Brasil*. Rio de

Janeiro: MEC-INEP, 1960.

GRAMSCI, Antonio. *History of the Subaltern Classes: Methodological Criteria*, In: MATTELART, Armand and SIEGELAUB, Seth (orgs.). *Communication and Class Struggle*, 1º vol., Paris, IMMRC, 1979, p. 90-91.

HOBSBAWN, Eric & RINGER, Terence. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

LIMA, Rossini Tavares de. *A ciência do Folclore*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LIMA, Rossini Tavares de. *Abecê do folclore*. 5 Ed., S. Paulo: Ricordi, 1972.

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

MARQUES DE MELO, José. *O folclore midiático*. In: *A esfinge midiática*. São Paulo: Paulus, 2004, p. 269-272.

MARQUES DE MELO, José. *Comunicação, região, desenvolvimento*. In: MARQUES DE MELO, BRUM, LINHARES, BRITO & GOBBI (orgs.). *Comunicação, região & desenvolvimento*. Campo Grande: UNIDERP, 2004b, p. 19-26 .

MARQUES DE MELO, José. *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez, 1980, p.111-14.

MARQUES DE MELO, José. *Sistemas de comunicação no Brasil*. In: MARQUES DE MELO, FADUL & LINS DA SILVA. *Ideologias e poder no ensino de comunicação*. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979, p. 211-239.

McLUHAN, Marshall. *The Mechanical Bride – Folklore of the Industrial Man*. Boston: Beacon Press, 1951.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PELLEGRINI FILHO, Américo. *Calendário e documentário do folclore paulista*. São Paulo: Instituto Musical de São Paulo, 1975.

Notas

¹ Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Suplente da Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Coordenadora do Acervo do Pensamento Comunicacional Latino-Americano José Marques de Melo, da Cátedra Unesco. Professora Lato Sensu em Comunicação e dos cursos de Graduação na mesma instituição. Editora do *JBCC – Jornal Brasileiro de Ciências da Comunicação* e do *Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional*. Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu da Unipac/MG e da graduação da Faculdade Editora Nacional – Faenac. Coordenadora do Prêmio Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). E-mail: mcgobbi@terra.com.br.

² Tarsitano, Paulo Rogério. *Luiz Beltrão, vida e obra*, trabalho de curso, p. 3. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, em 1998. Não publicado.

³ Nava, Rosa. *Pensamento comunicacional latino-americano – Luiz Beltrão*, trabalho de curso, p. 8. Pesquisa realizada na disciplina Pensamento Comunicacional Latino-Americano, em 1998. Não publicado.

⁴ Castelo Branco, Samantha. *Luiz Beltrão: da criação do Icinform à teoria da Folkcomunicação*. IN: Marques de Melo, José e Gobbi, Maria Cristina. *Gênese do pensamento comunicacional latino-americano. O protagonismo das instituições pioneiras: Ciespal, Icinform, Ininco*. São Bernardo do Campo: Unesco/Umesp, 2000, p. 193-212.

⁵ Essa lista teve como fonte material de pesquisa do professor dr. José Marques de Melo, em apresentação em Power Point, no ano de 2006, e disponível no Acervo da Escola Latino-Americana de Comunicação José Marques de Melo, na Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação.

⁶ O termo *cultura* foi inserido (pela autora do texto) por julgar que a definição de globalização tratada sob o âmbito econômico, também engloba o conceito de cultura, que forma o perfil de uma nação.

⁷ Situado entre o folclore (resgate e interpretação da cultura popular) e a comunicação de massa (difusão de símbolos através dos veículos me-

cânicos ou eletrônicos destinados a audiências anônimas, heterogêneas e dispersas). Se o folclore compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas, a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de meios artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural. Esta era pelo menos a compreensão original de Luiz Beltrão, que a situava como processo de intermediação entre a cultura das elites (erudita ou massiva) e a cultura das classes trabalhadoras (rurais e suburbanas) ou dos marginalizados (grupos mantidos econômica, social e culturalmente à margem das instituições hegemônicas) (Marques de Melo, 1998, p. 1).

⁸O professor Luiz Beltrão refere-se aí ao século 20.

⁹In: Beltrão, Luiz. *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias* (Tese de Doutorado), Brasília, UnB, 1967. Material publicado no livro: *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: Metodista, 2004.

¹⁰ Conf. Luiz da Câmara Cascudo, no prefácio para os *Contos populares do Brasil*, de Silvio Romero. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1954, p. 26-27.

¹¹ Lancelot Hogben. *De la pintura rupestre a la historieta gráfica*. Barcelona: Ediciones Omega, 1953, p. 262-263.

¹² Paul Lazarsfeld e outros. *The people's choice*. Columbia University Press, New York, 1948; Elihu Katz e Paulo Lazarsfeld. *Personal influence*. The Free Press, Glencoe, Illinois, 1956; Robert k. Merton. *Patterns of influence: a study of interpersonal influence and communications behavior in a local community*. Communications Research, 1948-49, Harper and Bros, New York, 1949.

¹³ Ritual sincrético, com elementos de magia européia associados a elementos negros, ameríndios, espíritas e cristãos (In: *Dicionário do Aurélio*).

¹⁴ Edson Carneiro. *Dinâmica do folclore*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965, p. 2.

¹⁵ Este trabalho foi apresentado à VIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação, ocorrida em Teresina, Ceut, 9-11 de junho de 2005,

por José Marques de Melo com o título: *Gêneros e formatos folkcomunicacionais: aproximação taxionômica*.

¹⁶ In: Beltrão, Luiz. *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, São Paulo: Cortez, 1980, p. 27-40.

¹⁷ Na literatura, basta-nos lembrar os romances do ciclo da cana-de-açúcar de José Lins do Rego; do cacau – de Jorge Amado – e *O coronel e o lobisomem*, de José Cândido de Carvalho, algumas histórias já transpostas para o cinema e a televisão. Neste último canal, não se pode ignorar a figura do “coronel” Odorico, de *O Bem-Amado*, adaptação da peça de Dias Gomes. Quanto aos ensaios sobre o tema, destaca-se o estudo de Marcos Vinícius Vilaça e Roberto C. de Albuquerque: *Coronel, coronéis*, numa edição da Tempo Brasileiro, do Rio, datada de 1965, em que os autores analisam o fenômeno, em todo o processo de dominação econômica, social e política, seu desenvolvimento e declínio, através da atuação de quatro famosos “coronéis” de Pernambuco. O livro é enriquecido com farto documentário fotográfico, mapas, quadros estatísticos e transcrição de depoimentos, volantes e cartas.

¹⁸ Perlmann, Janice E. *O mito da marginalidade*. Paz e Terra: Rio, 1977.

¹⁹ Paoli, Maria Célia Pinheiro Machado. *Desenvolvimento e marginalidade*. Pioneira: São Paulo, 1977.

²⁰ Professor Emérito da Universidade de São Paulo e diretor-titular da Cátedra Unesco/Methodista de Comunicação. Professor do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e Presidente de honra da Rede Folkcom.

²¹ Gobbi, Maria Cristina. Parte desse texto encontra-se publicado no *Anuário Unesco/Methodista nº 10*. São Bernardo do Campo: Unesco/Methodista, 2006.

²² Schmidt, Cristina. *Folkcomunicação na arena digital. Avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.



Este livro foi composto em Garamond, corpo 12/16, abertura de capítulos em Times New Roman Bold, corpo 20 e 18, legendas e notas em Arial, corpo 8/9. Miolo impresso em papel *offset* 90gr/m² e capa em cartão supremo 250gr/m², na Imprensa da Cidade, em março de 2007.