



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **O estudo da *Folkcomunicação* na graduação em jornalismo/ publicidade: fomentando reflexões para o exercício da cidadania<sup>1</sup>**

**Autor:** Simone M. G. Orlando  
*Professora da graduação da UNESA- Campus Niterói*  
**Doutoranda em LP pela UFRJ**

### **Resumo:**

Este ensaio pretende apontar a importância do estudo da *Folkcomunicação* na graduação dos cursos de **Jornalismo e Publicidade**, no intuito de mostrar como as pesquisas folkmidiáticas podem estimular, entre outros aspectos, uma **produção informativa** voltada para o exercício da cidadania. O artigo aponta, por conseguinte, sugestões pedagógicas e conteudísticas para o ensino **do campo teórico mencionado, inserindo-o como disciplina ou GT (Grupo de Trabalho) na Grade Curricular das faculdades de Comunicação** brasileiras. Pretendemos fundamentar estas proposições a partir de experiências da autora, enquanto docente, com a inserção do estudo da **cultura popular/ folclore** com graduandos **do primeiro e do terceiro** períodos do Curso de Comunicação Social da **UNESA (Universidade Estácio de Sá - Campus Niterói - RJ)**.

**Palavras-chave:** *Folkcomunicação*; graduação; publicidade/ jornalismo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP17 – Núcleo de Pesquisa *Folkcomunicação*, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## O estudo da *Folkcomunicação* na graduação em jornalismo/ publicidade: fomentando reflexões para o exercício da cidadania

Autor: Simone M. G. Orlando<sup>2</sup>

### 1. AS QUERELAS DE UMA CULTURA MASSIFICADA

“O Brasil apresenta grande diversidade no campo cultural. Seu folclore é riquíssimo. Nesse contexto entram, entre outros, as festas religiosas, o artesanato e a medicina popular, danças, canções e os ‘causos’ contados pelo Brasil afora. O Brasil não é só o país do futebol e do carnaval. Isso seria restringir demais nossa capacidade de enxergar e expressar o mundo em que vivemos. O Folclore é uma das formas de representar e expressar a identidade de uma comunidade e através da interação com esse tipo de conhecimento ampliamos e enriquecemos mais o nosso próprio.”<sup>3</sup>

O nosso contato com a Folkcomunicação é recente. São apenas seis meses de intensa averiguação sobre esta linha de pesquisa que nos impeliu a um aprofundamento, não só pela provocante ideologia arraigada neste campo, mas justamente por permitir uma intercorrelação entre **Cultura e Comunicação** de forma a destacar-se, nesta integração, **uma apologia** a um certo tipo de brasilidade presente na cultura popular de nosso país.

Defenderemos, portanto, nas linhas seguintes, argumentos que sustentam o estudo da Folkcomunicação como um aprendizado absolutamente relevante na graduação em Comunicação.

Primeiramente, pensemos que perceber o tratamento dado à cultura brasileira, na atualidade, pela ótica da **veiculação midiática massificada**, é infelizmente notar a

---

<sup>2</sup> Professora da graduação em Comunicação Social da UNESA - Campus Niterói. Doutoranda em LP pela UFRJ

<sup>3</sup> <http://puccamp.aleph.com.br/folclore>.



preponderância estratégica de uma **cultura hegemônica e elitista**, baseada nos costumes etnocentristas branco-europeus, sobretudo no *modus vivendi* da classe média alta. Lembremos que os VCM (Veículos de Comunicação de Massa), justamente por atenderem às necessidades da indústria cultural e da lógica capitalista, criam, no imaginário dos receptores, pseudo-realidades, que “silenciam”<sup>4</sup> outras **vozes**.

Exemplos não são escassos para evidenciar tamanha problemática. **Da Telenovela, passando pela espetacularização dos programas de auditório, pelo temário elencado no noticiamento dos grandes jornais diários e revistas semanais, pela programação jornalística e musical das rádios metropolitanas até chegarmos aos sites de grande acessibilidade e credibilidade na Web**, verificamos que são poucos os espaços concedidos à chamada “cultura popular”<sup>5</sup>, tão **pulsante e diversificada**, num país **de dimensões continentais**, que não se resume só aos grandes **centros urbanos** (sobretudo aos patamares comportamentais urbanos do eixo Rio-SP) e que, por tradição, **tem uma memória a ser resgatada**, bem como um universo de crenças e costumes a serem **revistos e divulgados pelos Mass Media**.

Ora, esta constatação não é fruto somente de reflexões da presente autora. Está fulgurante no **discurso acadêmico**, em um **sem-número de livros e artigos** de comunicólogos, filósofos, cientistas políticos e sociais de renome. Está presente também em debates sobre a **democratização da informação**, propostos pela

---

4 (Guareschi: 1981).

5 O termo “popular” é aqui entendido como tudo o que diz respeito ao povo, o qual não se utiliza, neste caso, dos meios formais de comunicação.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

sociedade civil militante (em sentido amplo), composta por receptores ativos, repletos de mediações<sup>6</sup> e capacitados para reivindicarem a presença de outros mecanismos de veiculação informativa.

Lança-se, nesta conjectura, a seguinte inquietação: que espaço, portanto, seria mais privilegiado para que investigássemos estratégias de fortalecer **esta outra cultura (dita subalterna) tão esvaziada pela mídia formal? Seriam os centros universitários?**

Se considerarmos que, em tese, os cursos de Comunicação Social, mais do que nunca, são os responsáveis por **gerarem** os atuais “**formadores de opinião**”, certamente podemos dizer que ocupam sim um lugar de destaque neste ideal de reestruturação do **valor simbólico** da cultura de nosso país, fomentando, inclusive, nas respectivas graduações, a aceitação e divulgação da **CULTURA POPULAR** como **merecedora de atenção de nossos meios veiculativos formais**, sem a demagogia do intelectualismo distanciado. Eleger tal tema como pauta das discussões teóricas é oferecer, legitimamente, mais um campo de ação para validarmos uma **COMUNICAÇÃO PARA A CIDADANIA**.

A nossa práxis docente nos permite perceber, em primeira instância, um reflexo embrionário deste ideal: a ampliação de um debate, na graduação em análise, sobre o **papel do profissional de Comunicação**. Muito mais do que somente formar **tecnólogos** da área profissional em questão, ou seja, **jornalistas/publicitários** capazes de instrumentalizar-se para o mercado de trabalho em termos técnico-

---

6 A noção de “mediação” aqui usada postula-se na Teoria da recepção proposta por Jesus Martín-Barbero.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

operacionais, alguns espaços acadêmicos estão se esforçando para conscientizar o alunado a **redescobrir o próprio país, de modo a redimensionar-lhe os patamares dicotômicos de inclusão e exclusão**, sustentados justamente por um **abafamento discursivo** ocasionado pela **própria mídia massiva**, tão preocupada com o **“produto informação”**.

Não podemos, portanto, deixar de mencionar os esforços já engendrados neste sentido. Há uma rede (invisível talvez a partir de um espectro quantitativo) de professores e alunos universitários, os quais, por idealismo, estão tratando de mobilizar-se em prol das **questões apontadas**.

Não pretendemos ser reducionistas nesta questão, mas torna-se mais do que claro que tal postura acadêmica certamente contribui para que o nosso estudante de Comunicação caminhe para uma formação mais abrangente, sendo capaz de “fazer a diferença” ao bacharelar-se para atuar como profissional do ramo, justamente porque seu acesso ao saber poderá instigá-lo a lidar com a “informação” de forma crítica, consciente, criativa e inovadora, tendo como suporte ideológico os princípios éticos e, sobretudo, um entendimento sobre a engrenagem comunicacional onde “conhecer” não seja mais “um verbo em descrédito” (Gindre<sup>7</sup>).

Neste contexto, sobretudo via pesquisa acadêmica, é possível consolidarmos o papel do graduando em Comunicação. O grande abismo que separa a teoria da prática na mente de nossos alunos pode se transformar em uma “grande ponte”, caso os

---

<sup>7</sup> “Por uma nova aliança cognitivo-comunicacional”, Pretextos (1998). Diretor executivo do INDECS (Instituto de Estudos e Projetos em Comunicação e Cultura).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

alunos sejam “provocados” a produzir pesquisa de qualidade, sendo conseqüentemente levados por tal prática a serem leitores críticos da sociedade, seja pelo estímulo ao **jornalismo investigativo** voltado para as **nossas questões sociais e culturais desprestigiadas no noticiamento massivo**, seja pelo **redimensionamento dado ao discurso publicitário**, enriquecido também por um saber que estimula o imaginário nacional pelo caráter popular.

É de se notar, no entanto, que este envolvimento do docente com a pesquisa (capaz inclusive de incitar-lhe reflexões, ampliar seu campo lexical e incentivar-lhe a produção escrita) não se estabelece **do dia para a noite**. Sabemos que a realidade de grande parte de nossos alunos perpassa pelo **desinteresse pela leitura** e – como conseqüência – ocorre o mesmo com o conhecimento teórico formal.

Esta constatação é fruto do desestímulo já adquirido pelo aluno em sua formação familiar/escolar, particularmente porque cada estudante, por conta de seu singular conhecimento de mundo, carrega maior ou menor dificuldade em conciliar-se com a linguagem acadêmica.

Ensejando, contudo, a etimologia do termo educar (do latim *educare/ educere* = colocar para fora) é possível mudar este quadro. Já presenciamos, inclusive, que muitos professores de teoria e também das aulas práticas na graduação — sensibilizados em oferecer mediações que transmutem o olhar do educando sobre si mesmo e sobre o meio — têm se desdobrado em potencializar suas aulas com **estratégias pedagógicas** que permitam florescer tal capacidade de especulação científica adormecida.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Sobretudo as iniciativas que unem **Cultura, Arte e Comunicação** são propícias para fomentar no estudante a vontade do SABER, porque estimulam não só o interesse pelo conhecimento mas a *performance* do mesmo. É nesta perspectiva que apresentaremos, subseqüentemente, o estudo da **Folkcomunicação** neste ensaio.

Também é por esta via que, enquanto docente, poderemos compartilhar neste artigo de experiências bastante produtivas unindo **arte e conhecimento teórico**, através não só do incentivo para que os alunos possam aprender a produzir o saber científico pelo exercício da exposição oral<sup>8</sup>, como pela via da dramatização, da música e do uso dos recursos multimidiáticos, que, no nosso exemplário, foram “laboratoriadas” no ensino das disciplinas **Língua Portuguesa I e Comunicação Comparada**, na Unesa – Campus Niterói.

## 2. FOLKCOMUNICAÇÃO NO BRASIL: ATUALIZAÇÕES

O campo de estudos da **Folkcomunicação** – iniciado no Brasil pelo jornalista pernambucano Luiz Beltrão<sup>9</sup> – tem sido apontado como um destes espaços

---

8 Neste contexto, orientamos o alunado a apresentar trabalhos científicos, dando-lhe espaço, dentro da disciplina ministrada, para produzir seminários em grupos, onde possa escolher um tema, recortá-lo, expô-lo oralmente num determinado limite de tempo, confeccionar hand-outs explicativos a serem oferecidos à audiência, etc.

<sup>9</sup>Pioneiro da pesquisa científica sobre os fenômenos comunicacionais na universidade brasileira, Luiz Beltrão foi fundador do **Instituto de Ciências da Informação**, primeiro centro acadêmico nacional de estudos midiáticos, e de *Comunicações & Problemas*, nossa primeira revista de ciências da comunicação (Universidade Católica de Pernambuco, 1963). Tornou-se também o primeiro Doutor em Comunicação do Brasil (Universidade de Brasília, 1967). Sua obra ganhou reconhecimento nacional e prestígio internacional, nos âmbitos do jornalismo e comunicação de massa. Foi ao mesmo tempo pesquisador, educador e divulgador científico. Produziu conhecimento midiático ancorado na vivência profissional. Formou toda uma geração de professores e pesquisadores da comunicação. E converteu os resultados das suas pesquisas em material didático, difundido na sala de aula ou estocado em livros destinados aos jovens estudantes e profissionais. Nascido em Olinda, Pernambuco, em 8 de agosto de 1918, Luiz Beltrão faleceu em Brasília em 1986 “ (dados oferecidos pela Intercom).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

privilegiados no espaço universitário para que a **cultura popular e o folclore**<sup>10</sup> sejam revistos, analisados e redimensionados para o estudante em formação.

Esta vertente de estudo, criada na década de 60 **como um promissor segmento das Ciências da Comunicação**, tem como **objetivo não só analisar a produção informativa em nível popular (a folkmídia), como também estimular uma presença mais constante da cultura folk na veiculação informativa nacional.** Conforme aponta o renomado pesquisador José Marques de Melo<sup>11</sup>, um dos precursores deste trabalho, são “*os processos de comunicação popular, preservados pelas comunidades rústicas do Brasil rural e dos subúrbios metropolitanos (festas, folguedos, repentes, literatura de cordel)*” os grandes **recodificadores** da mensagem da grande mídia.

Temos, assim, um ideal **interdisciplinar** a partir da análise da **cultura folk** que também buscará sustentáculo na **Antropologia e Sociologia Culturais** (disciplinas geralmente obrigatórias na graduação em Comunicação), mas não terá a pretensão de ocupar o lugar destas Ciências, embora muitas pesquisas já realizadas tenham feito, por força empírica, levantamentos etnográficos, entre outros procedimentos.

---

<sup>10</sup> Folk = povo, nação, raça; e lore = ato de ensinar, instrução. Portanto folclore significa "ensinamento do povo", ou seja, a voz do povo.

<sup>11</sup> Professor emérito da ECA\_SP. Atualmente, é titular da Cátedra Unesco/ Umesp de Comunicação. Pesquisador sênior do LABJOR- UNICAMP e diretor da FACOM –UniFIAM.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A proposta já tem relevante repercussão nas universidades nordestinas (Recife, João Pessoa, Fortaleza), com ramificações no sudeste (São Paulo, Minas Gerais) e centro-oeste (Brasília). Conferências Brasileiras sobre o assunto têm sido realizadas, ensejando a criação da Rede Folkcom. Já foram realizados V Congressos Nacionais sobre o tema. No último, ocorrido entre **os dias 01 a 04 de maio deste ano**, na UNIMONTE (Universidade Monte Serrat), em Santos, tivemos a honra de participar como “fervorosa ouvinte”.

Mello (2000), em artigo recente, já aponta de que forma tais estudos estão se estruturando, com a divulgação nacional: “Procura-se, hoje, desvendar de que maneira a folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais. Seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de relações públicas ou invadindo os espaços de entretenimento.”

Organizações internacionais também já se apropriaram da linha de investigação em voga. A **Alaic** (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) e a **Federação Lusófona de Ciências da Comunicação** já estão unidas à RedeFolk (Rede Nacional de Pesquisadores da Folkcomunicação), criada em 1998 por iniciativa da Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação.

A **INTERCOM** (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) também mantém um **GT** (Grupo de Trabalho) de estudos sobre o tema, em nível nacional. Coordena este trabalho o prof. Doutor Sebastião Geraldo Breguez (UEMG-MG). Nas palavras de Luiz Beltrão, torna-se fundamental, neste GT, “o



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

*estudo do processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore".*

### **3. UMA EXPERIÊNCIA INOVADORA EM COMUNICAÇÃO COMPARADA**

Recentemente, na cadeira de Comunicação Comparada, pedimos para que nossos alunos analisassem um artigo sobre **Folkcomunicação**, como trabalho destinado à exposição oral. A atividade se inseria numa discussão de nossa disciplina, cuja meta teórica maior se encaixava numa **releitura sobre o tema Globalização e como os aspectos locais e globais, em oposição paradoxal, eram retratados nos nossos “múltiplos brasis”**.

Um dos artigos abordava o uso **da literatura de cordel** na composição de peças publicitárias no interior do nosso país. Para nosso espanto, a pesquisa lhes foi tão estimulante (dois grupos apenas apresentaram este mesmo tema) que os alunos conseguiram exemplários raros e antigos de cordéis, ilustrando a temática, bem como buscaram, pela internet, a produção recente de um cordel, como forma de poema-denúncia, elucidando o trabalho com o recitar de textos que tematizavam os acontecimentos do 11 de setembro e outros assuntos atuais. O estímulo de investigar um tema que fugia completamente ao “conhecimento de mundo” compartilhado por eles, por serem cidadãos urbanos, incitou-lhes uma investigação paratextual bastante inusitada.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Da mesma forma, outro tema co-referente abordado foi sobre como determinadas manifestações folclóricas, em contexto urbano, ocorriam. Neste cenário teórico, foi pedido que os alunos explicassem como os aspectos ligados à natureza de danças, à influência de culturas estrangeiras, à incorporação de heranças rurais ao cenário urbano, ao predomínio de personagens masculinos, o caráter performático, à padronização, à supervalorização episódica e à preparação de espetáculos para turistas **eram situados como pontos de análise do autor do artigo estudado**. Para nossa surpresa, também, os alunos desta pesquisa conseguiram trabalhar questões intertextuais e subjacentes ao tema. Chegaram a concluir, por si mesmos, que a estandardização da indústria do turismo e que determinados valores urbanos inibiam a vigência de uma interpretatividade produtiva sobre tais fenômenos rurais e populares. Por motivação, os alunos recorreram também a outros textos, investigaram assuntos correlatos, enfim, mostraram-se bastante receptivos a estas especulações. Sugerimos, inclusive, que estes grupos aprofundassem os temas recortados, sob minha orientação, para o trabalho final que iremos propor no encerramento do curso mencionado.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

#### 4. O ESTUDO FOLKMIADIÁTICO COMO PRÁTICA DE INCETIVO À LEITURA

*"Cultura não se fabrica se conquista, se constrói com o tempo, se semeia em pleno movimento, se doa, se recebe, se troca. Cultura é dinâmica da evolução do ser é combustível para a vida e produtora de prazer. Estabelece relações, modifica padrões. Modifica-se dentro dos princípios da espontaneidade. Cultura é consciência, ciência e sabedoria. É essência do viver e a plenitude da cidadania".*

*Rubinho do Vale*<sup>12</sup>

Desde o início de 2001, temos experimento com alunos, inicialmente de primeiro período, e, no momento, abrangendo todos os graduandos interessados, um projeto intitulado em nosso campus de **VEB** (Valorização de Escritores Brasileiros).

O VEB despontou como uma experiência artística, pela primeira vez, no primeiro semestre de 2001, quando a nossa turma da disciplina de Língua Portuguesa I, do primeiro período (60 alunos), teve a oportunidade de trabalhar, ao longo do curso, com textos de autores-referência para a literatura nacional a partir da leitura de trechos do livro "Os Cem melhores contos do século" (Ed. Objetiva), organizado pelo pesquisador Ítalo Moriconi. Os alunos escolheram um conto de cada década, reunindo-se em grupos que iriam ou "contar" as histórias selecionadas ou dramatizá-las (tal prática incluiu um exercício de retextualização, pois os alunos tiveram que roteirizar o conto escolhido, com ligeira adaptação, para encená-lo). Montamos, assim, muito embrionariamente, como um trabalho de encerramento do curso (mas com direito a cenário e a palco improvisados), um pequeno espetáculo, em nossa própria sala de aula, que reuniu fragmentos da obra de Machado de Assis, passando

---

<sup>12</sup> Rubinho do Vale é poeta, músico e compositor do Vale do Jequitinhonha (Minas Gerais). Mais informações sobre o artista podem ser obtidas em <http://www.rubinhodovale.com.br>.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

por Monteiro Lobato, Clarice Lispector, Graciliano Ramos, Rubens Braga entre outros proeminentes escritores. A receptividade ao trabalho foi excelente, e muitos alunos confessaram posteriormente ter aprendido a admirar e identificar o teor literário destes autores pelo contato que tiveram com as leituras e teatralizações feitas.

No semestre seguinte, o projeto reuniu cerca de 140 alunos que, numa homenagem a **Manoel de Barros** e a Luiz Fernando Veríssimo, produziram o espetáculo numa das maiores salas de aula de nosso Campus. Este trabalho foi justamente fruto de rodas de leitura semanais com três turmas de primeiro período, proporcionada também pela disciplina Língua Portuguesa I. Das oito (8) aulas mensais que os alunos tinham sobre Gramática Normativa e produção textual, uma (1) era destinada a comentarmos e trabalharmos dramaturgicamente os contos/ poesias lidos ao longo do mês<sup>13</sup>. A partir das quatro rodas de leituras do semestre, escolhemos as melhores encenações para montarmos o espetáculo para o final do ano. Além dos “atores”, grupos de alunos se voluntariaram para examinarem sobre a **importância da leitura, dos contos e da poesia**, de modo que esta pesquisa se transformasse resumidamente nos textos de abertura do evento. Foram formadas equipes de **cenografia, figurino, maquiagem e sonorização**, também compostas por alunos.

---

13 Os livros lidos no semestre foram: “Comédias para se ler na Escola”, “As Mentiras que os homens contam” (Veríssimo), “O Livro das Ignorâncias” e “Gramática Expositiva do Chão” (Manoel de Barros).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Tivemos novamente um *feedback* muito positivo dos estudantes em relação ao trabalho. Vários alunos relataram-nos que, por conta da elevação da própria auto-estima proporcionada pelo VEB, sentiram-se posteriormente estimulados a integrarem-se como colaboradores e do Núcleo de Comunicação do Campus.

Percebemos também um movimento de receptividade e quebra de preconceito com relação não só à poesia (desvalorizada explicitamente no seio da produção cultural e na produção para as massas) mas ao tema – o “homem pantaneiro” – cuidadosamente trabalhado nas palavras efervescentes e semanticamente nada lineares de Manoel de Barros. Como o poeta mesmo propõe, *“no que o homem se torne coisa, corrompem-se nele os veios comuns do entendimento. Um subtexto se aloja. Instala-se uma agramaticalidade quase insana, que empoeira o sentido das palavras. Aflora uma linguagem de defloramentos, um inauguração de falas. Coisa tão velha como andar a pé... Esses vareios do dizer”*.<sup>14</sup>

Também verificamos, em relatos posteriores, que os alunos haviam começado a procurar outras obras que tratassem de forma bem-humorada do cotidiano urbano (marca deixada pelo texto irreverente e leve de Luis Fernando Veríssimo). Esta iniciativa mostrou um movimento de reconquista do hábito da leitura, o que os fez estabelecer também outras relações com a própria teoria acadêmica.

A terceira montagem do VEB, destinada a ser apresentada em um evento do *Campus Niterói* (“Festácio Solidário”), conta com a participação de alunos de vários

---

14 [www.releituras.com.br/manoeldebarros](http://www.releituras.com.br/manoeldebarros)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

períodos e está se constituindo como um movimento **natural de resgate da nossa cultura popular**, daí a inserção de elementos da dita cultura *folk* nos ensaios: o pantanal é o tema central.

A idéia inicial era fazer um “revival” dos melhores momentos dos dois primeiros VEBs. Mas, a possibilidade de três meses de ensaio deu um outro rumo ao novo projeto. São cerca de 40 alunos que voluntariamente se propuseram a ensaiar, ainda numa homenagem majoritária ao poeta Manoel de Barros, semanalmente, durante 3 horas, não só as poesias, mas músicas e coreografias, surgidas espontaneamente por iniciativa dos próprios alunos. Aos poucos, assim que anunciamos a remontagem do espetáculo, foram aparecendo vários estudantes interessados na **performance e produção** da peça. Violões e violinos, berimbaus, alunos-cantores, poesias autorais e escolha de um repertório de músicas diversificado, incluindo um repertório ligado à temática rural, foram surgindo para compor a dinâmica teatral - fato que fez com que nossos ensaios fossem um espaço propício para as descobertas artísticas e identificação com a cultura e literatura brasileiras populares.

Os efeitos desta apresentação ainda estão por vir. Fica para um próximo parecer. No entanto, tal movimento demonstra a grande vontade que boa parte dos alunos participantes teve em buscar na MANIFESTAÇÃO CULTURAL POPULAR fonte para suas exacerbações artísticas, seus talentos.

E a veia artística do alunado é, certamente, a grande mola propulsora da criação jornalística/publicitária. Deve ser constantemente estimulada, seja por



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

caminhos formais (no âmbito de aplicação didática em sala de aula) ou informais (como neste ou em outros encontros que ganham espaço na universidade). É por esta via que propusemos que tal evento fosse agendado como uma programação formal de nosso Campus, com apoio irrestrito de nossa coordenação.

Uma preocupação, no entanto, saltou-nos aos olhos, na continuação desta atividade. Vimos claramente que tal projeto não tinha como benefício principal exclusivamente o seu fim representacional-performático, a sua execução *per si*, mas os seus meios – o seu processo de execução. Por isso, percebemos que a manifestação artística do alunado ganharia muito mais sentido se fosse fruto de um trabalho que incluísse, além da performance, sobretudo a PESQUISA, a INVESTIGAÇÃO. Em seguida, mostraremos de que forma é possível coligar pesquisa comunicativa, cultura e manifestação artística, potencializadas, em nosso *Campus*, pelo estudo da FOLKCOMUNICAÇÃO.

## **5. A FOLKCOMUNICAÇÃO NA GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Como idéia final de nosso ensaio propomos o incentivo à estruturação de um curso formal sobre Folkcomunicação na graduação em Comunicação. O estudo sistemático pode ser instituído como disciplina **eletiva**, **optativa** ou até mesmo como um **GT** voltado exclusivamente para a produção dos alunos. No entanto, transformar a Folkcomunicação em uma cadeira formalizada parece ser um empreendimento altamente produtor, mas que depende, em termos burocráticos, de mudanças estruturais no ementário dos cursos.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

É possível também que as várias cadeiras teóricas que permeiam o Curso de Comunicação Social façam uso deste campo especulativo para tratar de questões e conceitos importantes na formação teórico-acadêmica do alunado, como vimos pelos exemplos mostrados. Disciplinas bastante recorrentes em várias **Faculdades de Comunicação brasileiras** são a própria **Teoria da Comunicação, Antropologia e Sociologia culturais, Psicologia Geral, Comunicação Comparada, Língua Portuguesa, Cultura Brasileira, Política da Comunicação, História da Comunicação**, entre outras. Todos estes campos são muito férteis para o estudo sobre a cultura popular/ folclórica brasileira, na construção de identidades culturais para o nosso alunado.

Acreditamos, então, que formação de **GTs** (Grupos de Trabalhos) ou **“Pesquisas orientadas em Folkcomunicação”**, voltados ao estudo ora apresentado, são mais viáveis a curto prazo, no contexto acadêmico.

Uma **Pesquisa orientada em Folkcomunicação**, constituída num espaço de 2 horas semanais, para um curso semestral, parece ser suficiente para organizarem-se diálogos introdutórios sobre o assunto, a partir dos seguintes objetivos temáticos<sup>15</sup>:

● **Primeiro bimestre: estudos formais a partir de bibliografia estudada que trate do tema para maiores esclarecimentos sobre procedimentos de pesquisa na área. Seriam incluídos como assuntos gerais do trabalho:**

---

15 A organização deste curso foi inspirada em um artigo escrito pelo prof. Sebastião Breguez, intitulado “Proposta para Plano de Ensino da disciplina Introdução à Folkcomunicação”, ver em referência bibliográfica.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

(a) **Teoria e Metodologia da Folkcomunicação:** os princípios teóricos deixados por Luiz Beltrão e demais autores. Entendimento sobre o objeto de estudo, limítrofes de atuação do campo, critérios adotados para estudo de campo, organização e executar de pesquisas sobre o assunto dentro dos padrões monográficos/ científicos necessários.

(b) **Folclore, Cultura Erudita e Cultura de Massa:** analisar as relações que possam ser estabelecidas, a partir de um hibridismo recorrente entre cultura popular e erudita e sua disseminação para as massas em nosso contexto atual;

(c) **Intermediações Folk-Midiáticas e análise das mídias formais** (rádio, internet, mídia impressa e TV): especulações sobre como a cultura popular tem repercussão na mídia formal e informal;

(d) **Intermediações Folk-Midiáticas e mercado local e global:** observações de fenômenos mercadológicos de apropriação da cultura folk sobretudo pela indústria do turismo (na construção de identidades nacionais estereotipadas), pela indústria editorial literária (nas obras de vários autores brasileiros) e discográfica (na disseminação da cultura de raiz por intérpretes/ cantores conhecidos pelas grandes massas).

● **Segundo bimestre:** a partir destas discussões iniciais, os grupos de alunos, juntamente com seus professores-orientadores, podem escolher um objeto de estudo em comum a ser analisado. Preferencialmente, seria adequado o tratamento de temas em bloco. Por exemplo escolher uma região do país e explorar os assuntos que servirão de pauta para a pesquisa. Neste caso, os alunos



**começam a produzir e a montar suas propostas de estudo para o final do semestre. O encaminhamento destes trabalhos final pode se dar de diferentes formas. Sugerimos três atividades:**

**(a) Confecção de artigos:** elaboração de pesquisa de campo e artigos científicos produzidos pelos alunos para serem posteriormente divulgados em uma coletânea de textos, orientados pelo(s) professor (es) ministrante (s), o que incluiria a apresentação em Congressos de Comunicação (sessões de Comunicações Coordenadas ou GTs).

**(b) Espetáculo teatral:** um grupo de alunos poderia ficar responsável por roteirizar e estruturar, a partir dos estudos feitos, a montagem de uma peça teatral, já que uma das metas do trabalho pode ser observar a produção literária e musical da região pesquisada.

**(c) Exposição jornalística e publicitária:** um grupo de alunos que não estivesse interessado na confecção de artigos científicos ou na produção teatral ficaria responsável pela montagem de murais, contendo reportagens jornalísticas investigativas e peças publicitárias, correlacionadas ao tema.

Ao final do semestre, poderia obter-se, nestes três pilares, uma riquíssima rede de estudos concatenados. Os benefícios deste processo são visíveis. Entendemos, inclusive, que o estudo em questão pode fomentar pesquisas que instiguem idéias para a execução das monografias finais, sobretudo a partir da curiosidade evidente que se instaura pelo que não é comumente debatido pela mídia formal, servindo de acervo não só para a própria universidade, mas para a comunidade/ grupo social pesquisados.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Vemos, também, com bastante nitidez, que tal iniciativa, ao ser levada como amostra para além do espaço universitário (congressos, centros culturais, etc.) engrandece a expectativa dos centros universitários em serem visíveis núcleos de diálogo com a sociedade.

Esta é proposta que pretendemos implementar em nossa prática docente, para o próximo semestre (2º/ 2002). Esperamos que, na semana do Intercom (setembro), já estejamos com o projeto em andamento, de forma a poder compartilhar com os colegas professores e demais interessados os benefícios e também as dificuldades experimentadas na execução desta inovadora atividade.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **AZAMBUJA**, Germano. As idéias de Luiz Beltrán, O homem e seu pensamento.  
**Fonte:** <http://www.umesp.com.br/unesco/pcla/revista1/perfis1.htm#>
- **BELTRÃO**, Luiz .Mídia e Folclore. São Paulo: Umesp/ Maringá, 2001.
- **BENJAMIN**, Roberto - Folkcomunicação no contexto de massa. João Pessoa: Editora da UFPB, 2001.
- **BENJAMIN**, Roberto. Nova abrangência da folkcomunicação.  
**Fonte:** <http://www.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>
- **BREGUEZ**, Sebastião. Proposta para Plano de Ensino da disciplina Introdução à Folkcomunicação. **Fonte:** <http://www.intercom.org.br/>
- **BRITTOS**, V. C. Comunicação e Cultura: O Processo de Recepção.  
**Fonte:** <http://bocc.ubi.pt/pag/brittos-valerio-Comunicacao-cultura.html>
- **GINDRE**, Gustavo. Por uma nova aliança cognitivo-informacional, 1997.  
**Fonte:** [www.pretextos.com.br](http://www.pretextos.com.br).
- **GUARESHI**, Pedrinho (organizador). “A realidade da comunicação: visão geral do fenômeno”. In: Comunicação & Controle Social. Vozes: Rio de Janeiro, 1991.
- **MARQUES DE MELO**, J. Luiz Beltrão: Pioneiro dos Estudos de Folkcomunicação no Brasil.  
**Fonte:** <http://bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-LUIZ-BELTRAO.html>
- **TRIGUEIRO**, O. Globalização e Identidade Cultural.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**Fonte:** <http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-globalizacao-identidade.html>