



FOLKCOMUNICAÇÃO: DE COMUNICAÇÃO DOS “MARGINALIZADOS” A MEIO DE EXPRESSÃO DOS DOMINADOS

Alfredo Dias D’Almeida

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social
da Universidade Metodista de São Paulo.

Bolsista da Capes.

Introdução

Na Intercom do ano passado, Antonio HOHLFELDT (2002) lançou um desafio para os pesquisadores da área de folkcomunicação: “objetivar a definição do campo e, ao mesmo tempo, lutar para que a denominação folkcomunicação, menos ambígua, se afirme no meio acadêmico.”

Diversos e importantes estudos têm sido realizados nesse sentido, evidenciados pela maciça participação de pesquisadores na 6ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação, promovida pela Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação/Rede Folkcom e realizada pela Faculdade de Filosofia de Campos (RJ) em São João na Barra, em abril.

Os trabalhos apresentados tinham como tema central o processo de folkmediatização realizado pelos meios de comunicação de massa. Em outras palavras, a maneira pela qual os meios de comunicação de massa recuperam e recodificam as manifestações populares, seus códigos, seus simbolismos e sua iconografia, bem como a influência dos produtos da cultura de massa no âmbito da cultura popular.



Apesar da importância de tais estudos para a consolidação do campo de pesquisa em folkcomunicação, uma das dificuldades apontadas por HOHLFELDT (2002)¹, a nosso ver, ainda permanece:

(...) a falta de coerência, o refinamento e a acuidade teórica que boa parte dos pesquisadores de folkcomunicação evidenciam, terminando por confundir o conceito de manifestação folclórica ou de cultura popular com o de folkcomunicação, ou por falta de maior aprofundamento teórico, ou porque são, na verdade, muito mais folcloristas do que propriamente estudiosos dos fenômenos comunicacionais.

Pretendemos neste artigo, revisar criticamente o conceito de folkcomunicação, sua gênese e evolução, privilegiando o sentido político subjacente à noção de cultura popular. entendida como um espaço simbólico e material das atividades de uma comunidade ou grupo social que incorpora e reproduz, recusa e nega os signos cultura dominante.

Ao privilegiar o âmbito político, e sem a pretensão de esgotar o tema, propomos um deslocamento do debate sobre o campo teórico da folkcomunicação, do estudo da circulação do sentido da comunicação dos marginalizados para o da expressão dos dominados.

Folkcomunicação, um conceito em evolução

A primeira referência que Luiz Beltrão fez ao folclore² como canal de comunicação, e que serviu de base para a elaboração posterior do seu conceito de folkcomunicação, está em seu artigo escrito para o primeiro número da revista *Comunicação & Problemas*, de 1965.

Nesse artigo, ele identifica uma série de “manifestações artísticas e folclóricas” pelas quais “a massa se comunica e a opinião se manifesta”. É por meio delas que “surgem, vão

¹ A outra é o “complexo de inferioridade cultural que prefere incorporar perspectivas estrangeiras àquelas nacionais, quando no estudo de fenômenos sócio-culturais”, também apontada e discutida por José Marques de Melo no conjunto de sua obra.

² Folclore “é a cultura popular, tornada normativa pela tradição. (...) Não apenas conserva, depende e mantém os padrões de entendimento e de ação [de objetos e fórmulas populares], mas remodela, refaz ou abandona elementos que se esvaziaram por motivos ou finalidades indispensáveis a determinadas seqüências ou presença grupal.” (CASCUDO, 2001, p.240).



tomando forma, cristalizando-se as idéias motrizes capazes de, em dado instante e sob certo estímulo, levar aquela massa aparentemente dissociada e apática a uma ação uniforme e eficaz” (BELTRÃO, 1965, p.9-10).

A informação se efetiva por meio da sátira, dos símbolos, dos autos populares, transformados em linguagens do povo e em expressão do seu modo de pensar. Nessa primeira abordagem, Beltrão busca explicitar o sentido informativo e opinativo dos ex-votos³ e dos cruzeiros ou das santa-cruzes⁴.

Somente em sua tese de doutorado, defendida em 1967, na Universidade de Brasília, o conceito de folkcomunicação é elaborado. Seu objetivo era o de entender como as camadas populares se informavam e como cristalizavam suas opiniões, e a resposta ele a encontrou nas manifestações folclóricas e na mediação dos líderes comunitários de opinião⁵. Daí ele ter definido folkcomunicação como “o 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” (BELTRÃO, 2001, p.79).

Conhecer esse processo, identificando os “meios de comunicação do povo” e seus agentes, era, segundo ele, pressuposto básico para a promoção social “com vistas aos programas de desenvolvimento cultural e econômico”, o “ponto de partida para a nossa caminhada para o progresso”:

Já que os grandes meios convencionais de comunicação coletiva não funcionam para 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 [as camadas marginalizadas e menos cultas da população], é tarefa do investigador pesquisar quais os veículos que, tradicionalmente, servem à condução de mensagens entendidas e aceitas em tais segmentos da sociedade.(idem, p.70).

³ Também conhecido como *milagres* ou *promessa*, os ex-votos são objetos oferecidos aos santos em razão de uma graça alcançada pela devoção religiosa.

⁴ Cruzeiros ou pequenas capelas com uma imagem de santo que marcam lugares de desastres, homicídios ou suicídios nas estradas brasileiras. Algumas se transformam em locais de devoção.

⁵ Beltrão utiliza o conceito de “líder de opinião”, estabelecido por Paul Lazarsfeld, no final da década de 40, definindo-o, no âmbito da folkcomunicação, como um tradutor da linguagem dos mass media para uma outra linguagem de significados conhecidos das camadas populares.



Homem de sua época, Beltrão compartilhava das preocupações difusionistas, características dos modelos comunicacionais desenvolvidos no CIESPAL⁶. Para ele, a difusão de inovações no meio rural deveria se valer de meios e de linguagem compatíveis com os padrões de entendimentos dos segmentos populares para ser eficaz.

Até então, o conceito de folkcomunicação abrangia apenas as manifestações populares definidas por ele como de caráter informativo e/ou opinativo⁷. Percebe-se, ainda, uma tentativa de caracterizá-las como um espaço político, de resistência à cultura dominante, não aprofundada:

Valendo-se de formas tradicionais e rudimentares de expressão ao seu alcance – já que privados dos meios e veículos de maior extensão mas de manejo reservado às camadas privilegiadas – [as camadas populares] oferecem uma resistência épica à arrancada cultural alienígena (BELTRÃO, 2001, p.62).

A partir de 1980, em sua obra *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, Beltrão assume o caráter político da cultura popular, passando a incluir em suas análises a maneira pela qual outros grupos sociais, sem acesso aos meios de massa, comunicam. Estes grupos são definidos como “públicos marginalizados urbanos e rurais”, ou, nas palavras de Marques de Melo, como aqueles que “(...) esboçam seu inconformismo e a sua revolta através de canais próprios e utilizando códigos restritos, que funcionam como mecanismos de preservação da sua autonomia dentro da avalanche descarregadora gerada pelo capitalismo monopolista” (BELTRÃO, 1980, Introdução, p. X).

Em oposição à elite, os marginalizados representam, segundo BELTRÃO (1980, p.2. Grifos do autor.), “os *grupos não-organizados, a massa* – urbana ou rural – de baixa renda, excluída

⁶ O Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para a América Latina (CIESPAL) foi criado em 1959, no Equador, sob patrocínio da UNESCO. Seu objetivo era fomentar o desenvolvimento regional e visava, basicamente, capacitar jornalistas e produtores de programas de rádio para atuar no mercado latino-americano, tendo por base metodologias e técnicas do funcionalismo norte-americano. Uma de suas metas era a de remodelar o ensino universitário de comunicação, o que acabou dando impulso e consolidando essa área nas universidades de toda a América Latina. Nelas, as pesquisas reproduziam os modelos ciespalinos, quais sejam, os estudos de morfologia e conteúdo de imprensa e os estudos sobre comportamento do público consumidor dos meios de comunicação. “O principal equívoco da pesquisa difusionista estava no seu pressuposto básico: o de que a comunicação (persuasão) por si só seria capaz de desencadear inovações, gerar desenvolvimento, independente das condições políticas e socioeconômicas” (MARQUES DE MELO, 1998, p. 91).

⁷ Entre elas, destacam-se as mensagens transmitidas oralmente pelos cantadores (violeiros ou paiadores) e poetas populares, pelos caixeiros-viajantes e choferes de caminhão; e as escritas; por meio de folhetos (literatura de cordel), almanaques, calendários e livros de sorte; e os meios de expressão utilizados pelas camadas populares para manifestar sistematicamente seu pensamento e suas reivindicações: entretenimento (carnaval), folguedos e autos populares (“queima de Judas”, mamulengo, bumba-meu-boi), peças de artesanato e de artes plásticas.



da cultura erudita e das atividades políticas (...) sem poder decisório, excluídos de uma participação ativa no processo civilizatório; em uma palavra, *marginalizados*”.⁸

Os marginalizados⁹ utilizam um sistema de comunicação próprio: o da folkcomunicação, fora do (e paralelo ao) sistema de comunicação de massa. Embora, em certos casos, possa incluir canais indiretos e industrializados, o sistema de folkcomunicação é sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador.

A recepção sem este intermediário [o líder comunitário de opinião] 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. (BELTRÃO, 1980, p.27-28)

Beltrão, aqui, abre espaço para que se possa entender o sistema folkcomunicacional como resultado de um processo que ocorre horizontalmente, mas cujo agente-comunicador não precisa estar no mesmo plano de seu público: basta-lhe conhecer as características psicológicas e o universo lingüístico desse mesmo público. Daí apontar como exemplos os programas futebolísticos transmitidos pelo rádio, “graças não só ao conhecimento generalizado das regras do jogo como dos termos e expressões, mesmo técnicas, empregadas pelo locutor, cuja sintaxe é a mais singela e conduzida com empolgação”, bem como os programas religiosos, os de música sertaneja e os cultos afro-brasileiros. (idem, p.28)

O que caracteriza o sistema da folkcomunicação, portanto, é a familiaridade lingüística e simbólica do agente-comunicador com os grupos “marginalizados” e o acesso dos “marginalizados” ao meio que o agente-comunicador utiliza.

O próprio conceito de “folclore” utilizado por Beltrão nessa obra ganhou em amplitude. De acordo com Joseph LUYTEN (1983, p.32), para aquele autor, “folclore” passou a englobar “todas as manifestações oriundas do povo como tal, (...) [como] danças, músicas,

⁸ Embora não concordemos com a expressão “processo civilizatório”, não é nossa intenção discuti-la neste artigo.

⁹ Entre os grupos “marginalizados” estão os habitantes rurais de área isoladas e, nas cidades, os messiânicos (milenaristas, sebastianistas, seguidores de Padre Cícero, Frei Damião, de milagreiros e de líderes espíritas etc.); os político-ativistas

vestimentas, cumprimentos, tudo, enfim, que caracterize este gesto como sendo originário especificamente da camada popular em oposição às elites”.

Num dos anexos de *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, (1980, p.259-279), quase 50 meios de expressão popular são indicados para os interessados na pesquisa em folkcomunicação, divididos em cinco grandes áreas: folkcomunicação oral, musical, escrita, icônica e de conduta. Essa abertura propiciada por Beltrão, característica da gênese de qualquer campo de estudos, aos poucos, acabou por gerar uma certa indefinição sobre o objeto da folkcomunicação.

Nos anos que se seguiram, o conceito foi reavaliado, ampliado e complementado por diversos estudiosos da área de comunicação, como Roberto Benjamin, Oswaldo Trigueiro, José Marques de Melo e Joseph Luyten, entre outros¹⁰. Antonio HOHLFELDT (2002), em comunicação apresentada na XXV Intercom Folkcom, em que apresentou e analisou as diversas tendências de pesquisas na área, destacou:

A folkcomunicação é o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Nessa definição, fica subtendido um aspecto importante, retomado mas pouco trabalhado pelo pioneiro Beltrão: também fazem parte do campo de estudo as manifestações comunicacionais que adotam, em sua difusão, os elementos simbólicos e o universo lingüístico da cultura popular.¹¹ Se o *povo* não é mais o protagonista, não está mais em discussão se se trata do processo de expansão e sociabilização da *cultura do povo* ou da *cultura para o povo*.

Falar em folkcomunicação, portanto, nos remete sempre à cultura popular e à busca do sentido nas suas manifestações. Esse sentido é que é comunicado, expandido e

(quilombolas, cangaceiros, políticos e revolucionários “carismáticos” etc.) e os erótico-pornográficos (homossexuais, grafiteiros etc.).

¹⁰ Um ótimo panorama desses avanços está em obra organizada por José MARQUES DE MELO (2001).

¹¹ Aproximamo-nos, de certa forma, da conceituação de “comunicação popular” defendida por diversos pesquisadores brasileiros e latino-americanos, que defendem o estudo não só das formas de comunicação que têm como protagonistas o próprio povo, mas também das utilizadas por organização e pessoas a ele ligadas organicamente. Sobre esse tema, ver PERUZZO, 1998, com destaque para o Capítulo 3, “Comunicação Popular”.



sociabilizado. E, para melhor explicitá-lo, temos de definir, *a priori*, o que entendemos por cultura popular.

Cultura popular e práxis política

Cultura popular, uma expressão por demais polissêmica, recebeu definições diversas e, por vezes, contraditórias. Preferimos entendê-la como *expressão dos dominados*. Em outras palavras, “como manifestação diferenciada que se realiza *no interior* de uma sociedade que é a mesma para todos, mas dotada de sentidos e finalidades diferentes para cada uma das classes sociais” (CHAUÍ, 1994, p. 24. Grifo da autora.).

Isso significa que a cultura popular não está em contraposição a uma cultura dominante (ou mesmo, a uma cultura de massa)¹², mas sim se efetiva no interior dela. A distinção entre as duas se dá pelo conjunto de práticas, representações e formas de consciência que cada qual apresenta. Na cultura popular, o conjunto de práticas, como na cultura dominante, apresenta motivos, causas e regras, mas é, ao mesmo tempo, disperso, e responde às necessidades próprias da comunidade em que está inserida. Na sua dinamicidade, os participantes se exprimem e reconhecem uns aos outros, comungando de uma mesma humanidade e das mesmas condições sociais.

É na singularidade de suas formas e nas relações que cria entre seus atores, no tempo e no espaço, que as manifestações populares expressam a sua razão de ser, quer seja a mera diversão quer seja a resistência ao que lhe é exterior e, ao mesmo tempo, de que faz parte.

Não se deve perder a perspectiva, no entanto, como alertou a professora Maria Luiza Martins de MENDONÇA (1999), de que “os embates sociais se travam também na esfera da cultura, em busca da consolidação dos significados sociais”. Embates que devem ser analisados a partir do cenário de luta em que são engendrados, o da dramatização simbólica das experiências.

¹² Cabe lembrar aqui a definição de Joseph Luyten para de processo de folkmediatização: a interação permanente entre cultura de massa e cultura popular, na qual uma reelabora e reinterpreta as idéias e representações presentes na outra (LUYTEN, 2002a, 2002b; D’ALMEIDA, 2003).



Nas palavras de CANCLINI (1989, p.259):

as interações entre hegemônicos e subalternos são cenários de luta, mas também onde uns e outros dramatizam as experiências de alteridade e de reconhecimento. O confronto é um modo de encenar a desigualdade (enfrentamento para defender o próprio) e a diferença (pensar-se através do que desafia).

As manifestações de cultura popular, espaço privilegiado para a construção de identidades e de solidariedade, possuem um significado e uma importância política específica, mas ambígua. Se, por um lado, podem representar formas de contestação e resistência, por outro não visam à modificação da ordem em que estão inseridas.

Uma outra característica diz respeito à sua amplitude. A resistência “tanto pode ser difusa — como na irreverência do humor anônimo que percorre as ruas, nos ditos populares, nos grafitis espalhados pelos muros das cidades — quanto localizada em ações coletivas ou grupais” (CHAUÍ, p.63).

De qualquer forma, é somente como práticas dotadas de uma lógica que as manifestações de cultura popular podem ser entendidas como e transformadas em atos de resistência. Não são ações deliberadas de resistência com um objetivo específico, digamos, revolucionário.

A resistência se manifesta

A comédia, presente em diversas manifestações culturais populares, do circo ao mamulengo, por exemplo, é um gênero propício à prática da resistência. Por meio dela se faz críticas corrosivas e irreverentes a todas as instituições sociais e a valores e idéias dominantes. Os ataques, excluindo-se aqueles que têm como alvo preferencial a sexualidade, se dirigem sobretudo ao padre, ao juiz, ao delegado, ao político, enfim, às figuras de autoridade, delimitando o combate ao campo do simbólico.

Uma outra manifestação popular de cunho eminentemente político, porque revela uma opinião formada sobre o acesso “democrático” aos meios de conservar ou recuperar a saúde, é a dos milagres. A maneira como os milagres estão presentes de forma intrínseca na religiosidade popular denota um posicionamento perante a política oficial de saúde pública. Os pedidos e os agradecimentos estão presentes na maior parte das situações em que ocorre a



oração pessoal ou a comunitária e, longe de demonstrarem alienação, exprimem um perfeito conhecimento da falta de canais na sociedade para o efetivo exercício do direito à saúde. O apelo ao divino exprime a descrença nos mecanismos políticos de acesso aos recursos da saúde.

Na Literatura Popular em Versos, encontramos mais nitidamente a maneira pela qual as classes dominadas exprimem a sua resistência à ordem política vigente. Joseph LUYTEN (1981), ao analisar a literatura de cordel como forma de “jornalismo popular”, para difusão de notícias e opiniões, não deixa de lado o caráter político que ela pode apresentar.

Leandro Gomes de Barros, que viveu na segunda metade do século XIX e início do XX, segundo Luyten, reconhecido como o maior de todos os poetas de cordel, já exercia a atividade de “jornalista do povo”. Em alguns de seus “poemas-notícias”, sua posição sobre a esfera política ficava clara. No tocante ao eterno problema da seca no Nordeste, dizia o poeta em *A crise actual e o aumento do sello*, escrito em 1915:

Além da guerra Européia
Trazer tudo atormentado
Não entra genero, e nem sai
O commercio está parado
A ceca tomou a frente
Está o Brazil sitiado

No sertão não houve inverno
No sul também não chueu
Nos brejos mais na catinga
Nem sereno apareceu
Está de uma forma este anno
Que nem o sapé nasseu

O governo vendo isso
Disse ao povo estou disposto
Se o anno for todo ceco
Não chover até agosto
Eu mando romper a banca
Augmento mais o imposto.

Rafael de Carvalho, mais um entre os vários autores de cordel cuja obra é analisada, representa, segundo LUYTEN (1992, p.120-130), “melhor do que ninguém, a voz do poeta popular que toma para si a defesa dos direitos do povo”. Criticado por alguns pesquisadores



da Literatura de Cordel, principalmente os mais conservadores, que consideram poeta popular apenas aquele que seja “semi-analfabeto, desprovido de meios econômicos e restrito a uma determinada região”, Carvalho assume em versos a sua rebeldia e a da população contra os desmandos do Governo, como em *O crime contra a Amazônia ou o Brado da Ecologia*:

Esses senhores só pensam
Nos lucros imediatos,
Por isso vão entregando
O Brasil sob contratos.
Guardemos desses vendidos
Sem tardança, os seus retratos.

Em *A Light deu a luz e o Brasil pagou o parto*, de 1979, um protesto contra a compra, pelo Governo brasileiro, de um patrimônio que, em breve, pertenceria ao País, por acordo.

Toda a Nação revoltada
Vai pagar por um abuso
De poder, que alguns ministros
Fazendo do arbítrio uso,
Negocia sobre o povo
Desinformado e confuso.

No tempo do poder luso
Se foi pior, ninguém pense!
Não havia tanta força
Da hierarquia castrense...
– Mas em breve isso se acaba
Que o futuro nos pertence.

Um exemplo mais recente é o trabalho realizado por um grupo de jovens poetas de cordel de Juazeiro do Norte, CE, autodenominado “Sociedade dos Cordelistas Mauditos” (OLIVEIRA, 2002, p.75 e ss.). Entre outros objetivos, como o da difusão da literatura de cordel e o do incentivo à leitura de poesia, o grupo se propõe a “denunciar os costumes populares reacionários como a visão do negro, da mulher, do homossexual etc.”.

Vejamos como a “maudita” Salete Maria da Silva se posiciona quanto à luta pela emancipação da mulher, no final de “Cordelirando”:

Escrevi sobre mulher
O meu tema preferido



Compreenda quem quiser
Pois meu verso é atrevido
Denuncio a violência
Dou nome à incompetência
Quero o machismo banido.

Nos exemplos acima, o sentido manifesto é implícito nos dois primeiros e é explícito no terceiro: resistência e protesto a uma determinada ordenação do mundo. Cabe ao estudioso da folkcomunicação analisar os elementos simbólicos e o universo lingüístico adotados e a maneira como o sentido produzido se expande e é sociabilizado. Analisar como se dá circulação do sentido, não da comunicação dos marginalizados, mas da expressão dos dominados.

Conclusão

O que se desprende da análise do conjunto da obra de Luiz Beltrão e da de seus seguidores é que o conceito de sistema de folkcomunicação foi desenvolvido como forma de estabelecer os objetos e os métodos empíricos necessários para se proceder a uma análise interdisciplinar¹³ das diversas formas de comunicação inerentes à cultura popular e para se verificar como se dá sua circulação na sociedade, sem levantar fronteiras entre o popular e o massivo, o rural e o urbano, já que essas áreas se interpenetram.

Isso significa discutir a cultura popular, seu processo de produção e seu significado para a comunidade a partir das ações e representações dessa cultura, a sua práxis, num contexto de resistência ao poder dominante. Uma resistência que não pressupõe uma tomada de consciência (no sentido marxista da palavra), mas sim uma reinserção na realidade que coloca em evidência uma reflexão sobre o cotidiano.

A política é reinventada na fala do cantador, na busca de um milagre que compense a saúde negada pelo Estado, na anedota que desmistifica a última verdade oficial, no português ruim dos grafiteiros. E seu lugar é a feira, a praça, as ruas. Uma ação política que simbolicamente não se confina entre quatro paredes e que utiliza o sistema de folkcomunicação, ou seja, meios

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Folkcomunicação**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



de comunicação próprios ou mesmo “meios massa”, mas de forma alternativa, em busca de liberdade ideal e real, impossível de se atingir no dia-a-dia.

Efetivamente, o mundo da cultura popular, quer seja ele o nitidamente urbano — com os jargões de marginais, a música dos sambistas, dos rappers e das tribos das periferias — quer seja ele o “rural” — com as cantorias, as congadas, as festas do divino — desafia a interpretação de todos nós, pesquisadores da comunicação. Cabe a nós decifrá-lo, não nos esquecendo de que dele também fazemos parte.

Bibliografia

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo. Cortez Editora, 1980.

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

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar y salir de la modernidad**. México: Grijalbo, 1989

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. 10ª ed. São Paulo: Global, 2001.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. 6ª ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

D'ALMEIDA, Alfredo D. **A cultura popular (re)interpretada pelos meios de comunicação de massa: a proposta de Luyten para uma nova conceituação de folkmidia**. Trabalho apresentado na 6ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação, São João da Barra (RJ), 2003.

HOHLFELDT, Antonio. **Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais**. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002), Salvador (BA), 2002.

LUYTEN, Joseph. “Conceito de Folkcomunicação.” In: **QUEIROZ E SILVA, Roberto P. de (org.)**. Temas básicos de comunicação. São Paulo: Paulinas/Intercom, 1983, p.32-34.

LUYTEN, Joseph. **A literatura de cordel em São Paulo**. São Paulo: Loyola, 1981.

¹³ Sobre a questão da interdisciplinaridade na folkcomunicação, ver o artigo “A pesquisa da folkcomunicação”, de Luiz Beltrão (MARQUES DE MELO, 2001, p. 179-184).



LUYTEN, Joseph. Folkmídia, nova acepção da palavra. **Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 2002) - Salvador (BA) - de 01 a 05.09.2002a.**

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. **Trabalho apresentado no V Folkcom – Santos (SP) – maio de 2002b.**

MARQUES DE MELO, José (org.). Teoria da comunicação: paradigmas latino-americanos. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Mídia e folclore. O estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão.** Maringá/São Bernardo do Campo: Faculdades Maringá/Cátedra Unesco: UMESP, 2001.

MENDONÇA, Maria Luiza Martins de. **Estudos em Comunicação e Cultura: velhos/novos problemas.** Trabalho apresentado na XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom 1999), Rio de Janeiro (RJ), 1999.

OLIVEIRA, Maria José. **Benditos sejam: uma nova maneira de perceber a literatura de cordel.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2002.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação da cidadania.** Petrópolis: Vozes, 1998.