



## **Folkcomunicação: caminhos enunciados pela era digital<sup>1</sup>**

Cristina Schmidt<sup>2</sup>

(Universidade de Mogi das Cruzes/Rede Folkcom)

### **Resumo**

Há quarenta e dois anos Luiz Beltrão inaugura uma disciplina no campo da comunicação voltada ao estudo dos processos comunicacionais do folclore, a Folkcomunicação. É a gênese de uma teoria autenticamente brasileira de comunicação. Diferente de outros estudos voltados para a comunicação do mundo, esse é um rico sistema que contém “um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no folclore” com raízes bem arraigadas, independentemente das características de seus agentes produtores. Os estudos de folkcomunicação foram ampliados por seguidores de Luiz Beltrão. Ex-alunos e adeptos de suas teorias têm expandido seus conceitos e estabelecem relações novas e diversas com os meios de comunicação de massa e, também, com o universo digital na internet.

### **Palavras-chave**

Folkcomunicação, Teoria da comunicação, Folkmídia, Comunicação digital

#### **1. Protagonização Popular: Mídia, mercadoria, teoria.**

O folclore brasileiro, na última década do século passado, adquire valor comercial e reconhecimento internacional, atraindo turistas, estudiosos e consumidores de vários perfis; e, também é exportado para centros comerciais, museus e eventos culturais. Para o meio acadêmico e político, principalmente, adquire valor comunicacional, uma vez que as expressões culturais são tomadas como meio de mobilização e identificação de grupos locais no contexto globalizado, ao que Beltrão (1980) apresenta como um meio próprio e linguagem adequada ao receptor.

Já no que se refere aos avanços tecnológicos e as novas mídias, a protagonização das manifestações folclóricas nos meios de massa teve maior ênfase nas últimas duas décadas, quando a profunda informatização dos processos comunicacionais apontou

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Estudos Interdisciplinares – GP Folkcomunicação, do IX Encontro dos Grupos de Pesquisa e Núcleos de Pesquisa da INTERCOM, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Gestora e Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, Radialismo e Publicidade e Propaganda – Universidade de Mogi das Cruzes - UMC. Membro do Comitê Interno de Iniciação Científica PIBIC/CNPq/FAEP/UMC; Coordenadora da Linha de Pesquisa **Mediação e Interfaces Comunicacionais** do Núcleo de Ciências Sociais Aplicadas da PROPPGE/FAEP/UMC. Coordenadora do GT – Teoria e Metodologia da Rede Folkcom. E-mail: crisschmidt@umc.br.



uma nova relação entre os profissionais da área e o público alvo ou público consumidor. As referências folclóricas das diversas localidades nacionais ou internacionais se acentuaram como pauta para a formatação e criação de produtos midiáticos como novelas, matérias jornalísticas, debates, desafios, roteiros turísticos, decoração, gastronomia e moda (roupas e acessórios). E ainda, com a implantação da tecnologia digital no sistema televisivo, projeta uma ampliação de conteúdos que contemplam as expressões populares rompendo com o isolamento de muitas localidades.

Fatos culturais antes distantes e isolados em suas localidades ao longo do mundo, agora participam amplamente de uma rede mundial de comunicação, aproximando povos e gerações. O que inicialmente já foi difundido pelo rádio e depois pela televisão, formando uma aldeia global, ganha agora outro status – o de uma rede mundial de computadores conectados propondo infinitas possibilidades de expressão e interatividade.

A relação entre o folclore/cultura popular e a mídia – local ou global – envolve fatores econômicos, obviamente, mas sobre tudo informações estéticas, simbólicas e ideológicas produzidas por ambos. É um processo de troca entre os envolvidos, colocando-os ora em condição de receptor/consumidor, ora como emissor/comunicador/produtor, ora como mensagem/produto. É uma articulação permanente entre os dois sistemas comunicativos – o massivo e o folk.

Analisar esse processo requer um estudo dos processos comunicacionais inerentes às manifestações populares e folclóricas, um estudo de folkcomunicação, ao que Luiz Beltrão define 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” (2001, p.79). É um processo artesanal e horizontal onde ocorre a comunicação interpessoal através de canais conhecidos pelos grupos rurais ou urbanos; mas também, processos com atualizações de linguagens e tecnologias por conviverem ou serem apropriadas por diferentes meios e grupos da aldeia global. É nessa disciplina que encontramos uma atualidade para analisarmos as interações entre o local e o global na sociedade em todos os tempos.

Há quarenta e dois anos Luiz Beltrão inaugura uma disciplina no campo da comunicação voltada ao estudo dos processos comunicacionais do folclore, a Folkcomunicação. É a gênese de uma teoria autenticamente brasileira de comunicação. Diferente de outros estudos voltados para a comunicação do mundo, esse é um rico sistema que contém “um traço de universalidade que advém de sua fundamentação no



folclore” com raízes bem arraigadas, independentemente das características de seus agentes produtores. Beltrão salienta que “enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos *ao mundo*, os da folkcomunicação *a um mundo* em que palavras, signos gráficos, gestos e 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”. (BELTRÃO,1980, p.40)

Essa disciplina vem ganhando destaque a cada dia, e conquista sintomaticamente um número crescente de adeptos – pesquisadores e professores que trabalham com a temática a luz da teoria da folkcomunicação e de metodologias próprias. Esse crescimento se deve principalmente a dois aspectos, ligados ao quadro sócio-econômico delineado no final do século passado com a globalização acentuada e com a expansão de novas tecnologias de comunicação, configurando novos espaços e linguagens para a inserção do popular e do folclórico.

No primeiro aspecto, verifica-se uma ampliação das culturas regionais e locais com produtos e processos nas mídias massivas algumas vezes são apropriadas, outras se posicionando e utilizando esses mecanismos em seu benefício. Essa experiência faz com que as manifestações “atualizem-se” ou criem linguagens próprias para inserção na arena global. Ainda dentro desse ponto, e que favorece os estudos de folkcomunicação, existe uma tendência mundial de regionalização, um olhar do “capital” sobre a cultura folk. Ocorre uma visualização da cultura local como fator de desenvolvimento e consolidação de diferenciais entre grupos, e de sua protagonização na cultura global. As manifestações culturais, mais especificamente, o folclore<sup>3</sup> é ao mesmo tempo potencial econômico e resistência, é mercado consumidor e é referência para novos produtos e processos.

## **2. Folkcomunicação: disciplina genuinamente brasileira**

A Folkcomunicação é uma das principais contribuições de Luiz Beltrão para o campo da comunicação, pois se refere à construção de uma teoria da comunicação. Nessa área o estudioso faz um percurso acadêmico amplo, produzindo artigos, livros, ministrando cursos e palestras, formando seguidores/discípulos. No percurso, é importante destacar dois livros que trazem suas fundamentações a cerca da

---

<sup>3</sup>Tomamos folclore como sendo a “expressão das aspirações e expectativas populares” (CARNEIRO, 1965, p. 22) que represente o pensar, o sentir e o agir das comunidades. E, ao mesmo tempo, entendendo-o como “processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa” (BELTRÃO, 1971, p. 15).



folkcomunicação: *Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de idéias*, publicação de ensaio parte de suas reflexões do doutorado, editado pela Melhoramentos em 1971. Nessa edição, o prof. José Marques de Melo, ex-aluno de Beltrão, faz uma citação de apresentação na contracapa afirmando que a obra constitui trabalho original, enfocando uma área até então não dimensionada pelos estudiosos das ciências da comunicação. Os estudos em comunicação geralmente têm sido orientados para os meios de difusão de massa e seus efeitos. Daí o interesse que desperta este estudo, analisando os sistemas de intercâmbio de informações nas chamadas ‘populações marginalizadas’, que constituem os núcleos infra-estruturais de todo o processo comunicativo do ponto de vista social, se partirmos da cisão macluaniana da ‘reversibilidade dos intermediários superaquecidos’ e que torna semelhantes às noções de aldeia e universo’.

Atualmente essa disciplina vem suscitando várias reflexões, agregando pesquisadores em grupos e entidades no Brasil e na Europa e, parafraseando Marques de Melo (2001, p.19), transformando a inicial “picada” em uma larga estrada com uma produção representativa no meio acadêmico e jornalístico. São inúmeros trabalhos acadêmicos desenvolvidos em níveis diferenciados – da iniciação científica ao doutoramento -, com publicações em anais de congressos, em revistas científicas da área da comunicação, do folclore, e específicas de folkcomunicação. Além de vários livros, coletivos ou individuais, produzidos a partir de pesquisas de campo e reflexões teórico-metodológicas.

A Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional é a principal incentivadora da ampliação e sedimentação desse campo de estudo. Impulsionou a criação de uma Rede de Pesquisadores e Estudiosos da Folkcomunicação, a Rede Folkcom, que atua na pesquisa, no ensino e em meios de comunicação. São acadêmicos e profissionais ampliando e atualizando as teorias de Beltrão, divulgando resultados. Com apoio da Cátedra, realiza uma Conferência Nacional por ano, completando a décima edição em 2007.

Também tem espaço específico de reflexão e pesquisa na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom -, o Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação; e na Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación - Alaic - dispõe de um grupo de estudos. Ainda conseguiu reconhecimento nos campos das pesquisas da Lusofonia, como em Portugal; é objeto de estudos em centros de pesquisas de vários países da América Latina e da Europa.



A perspectiva da Folkcomunicação de Luiz Beltrão, “encontrou dupla resistência: a dos folcloristas conservadores (que pretendiam defender a cultura popular das investidas midiáticas modernizantes) e a dos comunicólogos libertadores (que pretendiam fazer da cultura popular o cavalo de tróia das suas batalhas políticas em lugar de apreender nessas manifestações o limite da resistência possível de comunidades empobrecidas cuja meta é a superação da marginalidade social)”, explica Marques de Melo (2001).

A militância profissional de Luiz Beltrão irá colocá-lo sempre como um desbravador de fronteiras no campo da comunicação e do jornalismo. Nascido em 8 de agosto de 1918 na cidade de Recife, estado de Pernambuco, criança ainda, escolheu seguir uma vida religiosa como padre católico. Entrou para o Seminário de Olinda, mas o diretor da instituição logo percebeu seu potencial e o apoiou para encontrar no jornalismo sua forma de conhecer povos, culturas e alimentar sua vivacidade.

Inicia sua carreira no *O Diário de Pernambuco*, em 1936. Foi revisor, arquivista de clichês, tradutor de telegrama e repórter. Recebeu o registro profissional após quatro anos de atuação. Trabalhou em “rádio, revistas, agências e assessoria de imprensa, acumulando experiência que incluiu passagens pelo DIP, 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.” (GOBBI, in SCHMIDT, 2006, p.298.)

A prática cotidiana do jornalismo é o campo motivador das reflexões de Beltrão, e isso o leva a desenvolver estudos científicos sobre os processos de comunicação dos grupos marginalizados. Intrigado com os mecanismos de comunicação dos grupos marginalizados dos meios massivos e elitizados, ele identifica os processos manifestados no folclore e os denomina de Folkcomunicação, as estratégias de “intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. Temática que configura a primeira teoria brasileira da comunicação, e é defendida em sua tese na Universidade de Brasília em 1967 com o título *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressões de idéias*, lhe conferindo o título de doutor, o primeiro em comunicação no Brasil.



Ao que o próprio autor complementa, consciente de sua teoria com abordagem inaugural, é a certeza de estar abrindo “uma picada para a estrada larga que outros mais autorizados e seguros irão percorrer no sentido de investigar os agentes e canais da folkcomunicação e, assim, penetrar no âmago das diretrizes reais que conduzem a ação política do homem brasileiro em sua complexa integridade”. (BELTRÃO, 1971, contracapa)

Outra obra de Beltrão, marcante para a disciplina, *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados*, foi publicada em São Paulo pela editora Cortez, 1980. Nela, o jornalista apresenta desdobramentos de seus estudos, dimensionando os universos rural e urbano em seus processos comunicacionais, bem como alicerçando seus estudos na descrição de um sistema de folkcomunicação, consolidando a disciplina. Somente em 2001, pela editora da Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre, sua tese é integralmente publicada, e preenche a lacuna ainda existente sobre a construção teórica de Beltrão. A publicação amplia o acesso às suas reflexões e faz uma homenagem póstuma ao pesquisador que falecera em outubro de 1986.

### **3. Caminhos enunciados com a era digital**

Novos caminhos têm sido delimitados para os estudos da folkcomunicação, situação que vêm agregando pesquisadores ligados ao universo acadêmico, e da mesma forma, ao contexto mercadológico em que atuam os meios massivos. Reflexões sobre a produção midiática a luz da folkcomunicação têm orientado as práticas acadêmicas e muitas ações profissionais.

O professor Roberto Benjamin, discípulo e continuador das idéias de Beltrão, tem constantemente apresentado reflexões e inventariado as pesquisas na área realizadas no planeta. A partir do artigo publicado no livro *Folkcomunicação na Arena Global* (BENJAMIN in SCHMIDT, 2006, p. 51-61), é possível pontuar importantes aspectos mais recorrentes e atuais em pesquisa nesse campo

Um aspecto recorrente em pesquisas está relacionado ao comunicador, à mensagem, ao canal, ao receptor, e também ao que se refere às intencionalidades e aos efeitos relacionados ao “processo de comunicação interpessoal e grupal ocorrente entre a população de cultura folk.”. É alinhada da *Comunicação interpessoal e grupal ocorrente na cultura folk*, nela se faz “o estudo dos agentes, meios de informação, meios de expressão de idéias, opiniões e atitudes referidos por Beltrão (1968).



Outro enfoque muito trabalhado, a *Mediação dos canais para a recepção da comunicação de massa*, nessa abordagem o estudo dos líderes de opinião vão ganhar destaque, como mediadores da relação meios de comunicação de massa e os diferentes grupos culturais. Um pesquisador que vem se destacando nesse aspecto é Osvaldo Meira Trigueiro.

(...) tal autor ultrapassa as tipologias instituídas por Barbero (mediadores culturais) e Beltrão (líderes folkcomunicaçãois) para introduzir sua contribuição comunicacional, esboçando a fisionomia de um “protagonista híbrido”. Trata-se do “ativista midiático”, cuja função pode ser bivalente, tanto interpretando os conteúdos midiáticos para o consumo dos cidadãos do seu entorno quanto agendando os conteúdos folkcomunicaçãois no fluxo contínuo das indústrias culturais. (MARQUES MELO, 2008, p.75)

Linha crescente em estudos na atualidade é a que se propõe pesquisar a *Apropriação das tecnologias da comunicação de massa (e outras) e o uso dos canais massivos por portadores da cultura folk*; aqui estão localizados os estudos que compreendem a utilização de meios tecnológicos para auxílio ou suporte de suas expressões, ou seja, meios como o jornal, o cartaz, a fotografia, o vídeo, o CD, o DVD, o rádio, a TV e o computador utilizados amplamente por lideranças e grupos folk em suas performances. Dois pesquisadores que vêm se dedicando a essa linha são Fábio Corniani e Marco Bonito.

É muito comum localizar características dos produtos da indústria massiva na cultura tradicional. Tipos de vestuário, uso de expressões corporais e verbais próprios aos centros metropolitanos são incorporados ao universo da cultura folk. Por isso, uma linha bastante percorrida pelos pesquisadores é a que identifica a *Presença de traços da cultura de massa absorvidos pela cultura folk*, a influência marcante dos meios de comunicação de massa no cotidiano da sociedade, inclusive nas populações de cultura folk, interferem nos comportamentos e nas manifestações.

Uma linha que atrai muitos olhares e leva muitos pesquisadores a se debruçarem em observações e análises de conteúdos é a que aborda a *Apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massa e pela cultura erudita*, a apropriação do folclore pela indústria cultural, quer dizer que os meios massivos usam referências da cultura tradicional em suas produções. Se apropriam de temáticas, símbolos, rituais, para apresentação ressignificada em propagandas, telenovelas, shows, etc.



Considerado o aspecto menos estudado no campo da folkcomunicação, a *Recepção na cultura folk de elementos de sua própria cultura reprocessada pela cultura de massa*, se refere ao processo de apropriação das manifestações folk pela mídia e a apresentação de forma reprocessada, ressignificada aos padrões midiáticos para uma sociedade de consumo. Em seguida, os produtores de origem dessa cultura, que muitas vezes sabem dessa formatação, acabam reincorporando a sua manifestação agora com outra “roupagem”, as da indústria cultural.

Os estudos de folkcomunicação foram ampliados por seguidores de Luiz Beltrão. Ex-alunos e adeptos de suas teorias têm expandido seus conceitos e estabelecem relações novas e diversas com os meios de comunicação de massa e, também, com o universo digital da internet. Originalmente a folkcomunicação foi proposta para o estudo dos processos comunicacionais populares autênticos, “bem como a folkmídia enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos *mass media*.” E como bem coloca Marques de Melo, esses novos empreendedores no estudo da comunicação folk “procuram desvendar de que maneira a folkcomunicação atua como retroalimentadora das indústrias culturais, seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de RP ou invadindo espaços de entretenimento” (MELO, 2000, p.21)

#### **4. Outras perspectivas conceituais**

José Marques de Melo, enfatiza que o século XXI surgiu sob o signo da globalização e faz com que, desde o início, surjam agentes anti-globalização que atuam nos vários segmentos sociais de elite, enquanto as camadas populares são meros espectadores midiáticos. Esses, porém, segundo o professor, serão envolvidos por um outro processo que está ligado ao imaginário. “Trata-se do mosaico cultural que a mídia globalizada enseja diariamente, rompendo o isolamento social em que os cidadãos comuns viveram até recentemente”(Melo, 2003). Os referenciais culturais de todos os povos circulam e estão acessíveis, disponíveis a qualquer momento e por qualquer pessoa. A esse movimento o professor avalia como uma continuidade do que Marshal McLuhan apresenta em seu livro *The Mechanical Bride* (1951) e que para Melo, esse processo foi contemplado e dimensionado por Luiz Beltrão, no contexto do folclore, na formulação da teoria da folkcomunicação.

Com a multiplicação de formatos e conteúdos de comunicação digital, os grupos de cultura folk, marginalizados dos processos midiáticos hegemônicos, vislumbraram





possibilidades de posicionamento e divulgação de sua produção. Muitas manifestações populares – antigas ou recentes - se atualizam para se integrar às novas linguagens. Uma sociedade globalizada com informações rápidas e em grande quantidade exige uma inserção de todos. A comunicação digital amplia as possibilidades de comunicação com **“o” mundo**, propõe conexões planetárias e aproximações de universos culturais dantes inimagináveis. Uma realidade virtual paralela que relaciona as culturas vividas com a cibercultura. Propõe uma relação diferenciada com o consumidor e com os produtores de conteúdos. Confere a eles um “poder” de participação em processos comunicativos que vai do interpessoal ao empresarial, do pessoal ao comunitário e ao planetário através de recursos interativos. A construção de uma comunicação própria a **“um mundo”** específico torna-se ferramenta de conhecimento e fortalecimento de grupos. (SCHMIDT, 2006)

Um aspecto delimitado por Beltrão, e considerado um dos mais importantes na relação mensagem-recepção, é o relacionado ao líder de opinião ou líder folk - o intermediário entre as mídias e o grupo folk. Osvaldo Meira Trigueiro tem voltado seus interesses de pesquisa para “as novas relações socioculturais dos líderes de opinião local com as culturas das mídias”. Trigueiro localiza em Beltrão o papel desse líder como o mediador de um processo de comunicação mídia massiva e grupos folk, onde a mensagem deve ser elaborada artesanalmente e veiculada horizontalmente para atingir um público familiar àquela mensagem, ou pertencente a determinado grupo. Ele avança o conceito trazendo reflexões de um líder que vai além da intermediação; o líder é um ativista dos processos folkcomunicacionais, ou seja, articula ações entremeadas ao “conjunto de procedimentos e intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios diretos ou indiretamente ligados ao folclore”. (TRIGUEIRO (IN) MELO; GOBBI; SATHLER. 2006)

Com essa teoria é possível estudar as lacunas que investigadores de comunicação deixam ao ignorar a função dos intermediários no processo de comunicação interpessoal. E ainda, localiza o papel desse intermediário no contexto da globalização e da maior presença de tecnologia de comunicações em todos os setores da sociedade, diferente do momento estudado por Beltrão. Para Trigueiro, como foi dito, o mediador assume um novo papel que é o de “mediador ativista”, ou seja,

agentes culturais que atuam em ações em prol de uma melhor qualidade de vida local. São mediadores ativistas que operam dispositivos de comunicação



das redes de cooperações e solidariedades (...). O mediador ativista da folkcomunicação opera em esferas diferentes do campo de interesse da mídia hegemônica, inventa novas interações socioculturais de convivências entre as tradições locais e a vida moderna como forma de estar sempre atualizado com o que acontece no mundo de fora, com a visão dos muitos lugares. (op.cit., 2006)

Para situar a recepção, Trigueiro utiliza Paulo Freire e diz que, também a audiência é ativa onde os sujeitos têm suas próprias histórias dentro de um contexto, e que se inter-relacionam através das mais variadas formas de vínculo e comunicação interpessoal. Para ele, o mediador ativista tem um novo papel de interlocutor – “estrategista” - com os diferentes grupos, e não mais de intermediário, e com isso possibilita aos grupos que suas mensagens locais veiculem em uma escala global. O pesquisador amplia os conceitos de mediador ativista e audiência ativa como nova possibilidade de estudo da folkcomunicação no mundo globalizado, e conclui sinalizando que somente com estudos de campo – empíricos – é possível “avançar na construção de uma teoria contemporânea da folkcomunicação”.

Essas ações do grupo folk podem resultar de expressões em vários meios como festas, rituais, manifestações políticas e artísticas, artesanato, culinária. As mensagens são expressas a partir do conhecimento popular com significados que se ressignificam permanentemente, sob a ótica de uma integração social de grupos e sob a atuação da comunicação de massa ou da indústria cultural. E, conforme Luyten (2003) “Não podemos pretender isolar o mundo de hoje em segmentos que separem as atividades intelectuais e comunicativas daquilo que se resolveu chamar de Mídia”. O pesquisador argumenta que, o comunicador interessado na cultura popular não pode descartar “os processos usados para a sua divulgação, sejam estes inseridos dentro do ambiente folclórico em si – **folkcomunicação** – ou através dos meios de comunicação social – **folkmídia**”. Além disso, enfatiza a postura de um pesquisador que se propõe a realizar estudos nesse contexto, sempre ligada à realidade dos fatos. “Somos pesquisadores para procurar entender e explicar os fatos já existentes”, explica.

Dando continuidade a discussão metodológica e conceitual, Alfredo D’Almeida (2003) objetiva discutir o conceito de folkmídia como “um campo de estudos da comunicação em que se investiga a presença de elementos da cultura popular na mídia de massa e a maneira pela qual os sujeitos dos meios de comunicação (re)interpretam e utilizam esses elementos”. Para ele, as concepções de Luyten oferecem embasamento para “novos objetos e linhas de pesquisa em folkmídia que ampliam o conceito de



sistema de folkcomunicação, de Luiz Beltrão”. Segundo D’Almeida, com a folkcomunicação o próprio conceito de folclore foi ampliado; e, citando Beltrão, avalia que o termo “passou a englobar todas as manifestações oriundas do povo como tal, (...) sendo originário especificamente da camada popular em oposição às elites”.

Para entender essas novas possibilidades é preciso também entender os recursos de expressão utilizados pelos grupos folk, quer dizer, os *folk media* ou “os canais específicos utilizados pelos comunicadores populares nas manifestações culturais, folclóricas ou não — o folheto, da literatura popular; os bonecos, do mamulengo. Canais que também podem ser utilizados como ferramenta ou o meio para a difusão de inovações”. (D’Almeida, 2003)

O conceito de *Folk media* tem origem em Londres, 1972, por ocasião de um evento internacional de planejamento familiar. E faz o percurso juntamente com Luyten que apresenta como folkmídia, o campo dos estudos da comunicação que compreende o tratamento da mídia aos elementos da cultura popular, ou melhor, a folkímia viabiliza estudos que investigam a presença do folk na mídia. Para Luyten, é importante destacar esse termo e compreendê-lo como um fenômeno que a cada dia se torna mais presente no cotidiano dos vários grupos culturais através dos meios de comunicação. Além do que, os estudiosos da comunicação demonstram maior interesse nesse fenômeno que a cada dia relaciona formas distintas de comunicação. Nos estudos de processos folkmidiáticos, de acordo com Joseph Luyten (2003)

Cabe-nos analisar 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.

A folkcomunicação como disciplina se firma em decorrência de espaços instituídos para a produção e multiplicação de iniciativas acadêmico-científicas. A Cátedra Unesco/Methodista, criadora da Rede Folkcom, e principal incentivadora dos estudos e pesquisas nessa área, lidera a organização das Conferências Nacionais de Folkcomunicação em conjunto com a Rede Folkcom e com Universidades ao longo de seus dez anos. Também faz um levantamento bibliográfico permanente das produções da própria Cátedra e das instituições e organizações conveniadas, além de constituir um amplo acervo. Ambos compõem um panorama de livros, artigos, capítulos, CDRom’s, dissertações e revistas que tratam de temáticas relacionadas a folkcomunicação, folkmídia, cultura popular e demais manifestações culturais ligadas a área da comunicação social e folclore. No que se refere aos aspectos teóricos e metodológicos de constituição



da disciplina, propriamente ditos, alguns discípulos de Beltrão e novos militantes se destacam por continuarem as reflexões iniciais do pesquisador nos últimos 30 anos, como: Roberto Benjamim, Osvaldo Trigueiro, José Marques de Melo, Joseph Luyten, Cristina Schmidt, Betânia Maciel.

Essa é a configuração da industrial cultural e dos meios de comunicação na atualidade, oferecendo outras possibilidades de expressão a todos os grupos, e que também evidencia os sinais de atualização dos grupos de cultura folk. Outra geração de pesquisadores de folkcomunicação já apresenta reflexões sobre essa realidade e aponta uma atualização dos aportes teóricos para compreender como ocorre a comunicação dos grupos populares nesse contexto. São novas “picadas” abertas para o fortalecimento da teoria da comunicação brasileira, a folkcomunicação.

## 5. Bibliografia de Referência

**Anuário Unesco/Umesp de comunicação Regional 5** / Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade metodista de São Paulo. Vol. 1, n. 1 (set. 1997). São Bernardo do Campo: UMESP, 1997.

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

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre/RS: EDIPUCRS, 2001.

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

**Comunicação & Sociedade** / Programa de Pós-graduação em Comunicação Social; Universidade metodista de São Paulo. – n.1 (jul./1979). São Bernardo do Campo/SP: UMESP, 2000.

D’ALMEIDA, Alfredo. Folkmídia. VI Conferência Brasileira de Folkcomunicação\Rede FOLKCOM\Cátedra Unesco - ANAIS. Campos de Goytacazes/RJ: Faculdade de Filosofia de Campos, 2003.

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa/PR: Editora UEPG, 2007.

LUYTEN, Joseph. Folkmídia. VI Conferência Brasileira de Folkcomunicação\Rede FOLKCOM\Cátedra Unesco - ANAIS. Campos de Goytacazes/RJ: Faculdade de Filosofia de Campos, 2003

MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs). **Mídia Cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.



\_\_\_\_\_. **Mídia e Cultura Popular:** história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

\_\_\_\_\_ (organizador). **O Campo da Comunicação no Brasil.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2008.

MELO, José Marques de; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. (Organizadores). **Luiz Beltrão:** pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil. João Pessoa/PB: Editora Universitária da UFPB; INTERCOM, 2008.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação na arena global:** avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

\_\_\_\_\_. *Metodologias da Folkcomunicação: uma avaliação da VI Conferência.* XXVI Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação/ ANAIS / Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belo Horizonte/MG: INTERCOM, 2003.

\_\_\_\_\_ . A reprodutibilidade digital da folkcomunicação: a construção de novas linguagens ou o fim do popular. IX Conferência Brasileira de Folkcomunicação/ UNESCO – Cátedra UNESCO-MEDODISTA 10 Anos / ANAIS. São Bernardo do Campo/SP: UESP, 2006.