



A folkcomunicação como instrumentalização da comunicação alternativa na Internet¹

Orlando Maurício de Carvalho BERTI²
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI
Universidade Estadual do Piauí, Teresina, PI
Universidade Raimundo Sá, Picos, PI

Fábio Rodrigues CORNIANI³
Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ
Faculdades Integradas Teresa D'Ávila, Lorena, SP

RESUMO

Este trabalho é um estudo teórico de como a Folkcomunicação é lincada com a comunicação alternativa, via Internet. Envereda-se como a folkcomunicação influencia a comunicação alternativa e como ambas se retroalimentam, confirmando os postulados folkcomunicacionais, buscando-se a solução do questionamento de como o alternativo vem sendo instrumentalizado pela folkcomunicação na Grande Rede? Objetiva-se: mostrar como ocorre a instrumentalização pela folkcomunicação para a comunicação alternativa; destacar as peculiaridades folkcomunicacionais como instrumentalização de uma comunicação alternativa; refletir sobre o atual papel da Folkcomunicação e seu contributo para os estudos da virtualidade. Utiliza-se trabalho analítico com fundamentação teórica de Folkcomunicação e Comunicação Alternativa, mostrando que as novas tecnologias capitaneadas pela Internet cada vez mais lincam as duas áreas.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Comunicação Alternativa; Internet; Redes de computadores; Pesquisa em Comunicação.

INTRODUÇÃO

Os estudos de Folkcomunicação no País ainda geram muitas polêmicas entre os acadêmicos de Comunicação Social, principalmente sobre se essa área das Ciências da Comunicação se caracteriza ou não como um contributo teórico, ou ao menos explica

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, Divisão Temática 6, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação. Evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba-PR, 04 a 04 de setembro de 2009.

² Mestre em Comunicação Social pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo (SP) na área de comunicação local, regional e comunitária. Jornalista, professor universitário e pesquisador da comunicação no Sertão Nordestino. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br

³ Doutor em Comunicação Social pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo (SP) na área de Folkcomunicação. Mestre em Folkmídia pela Universidade Metodista de São Paulo. Publicitário, professor universitário, pesquisador e consultor. E-mail: fcorniani@hotmail.com



determinados fenômenos comunicacionais ou se ainda consegue ajudar a entender fenômenos modernos e atuais da comunicação.

Mais de 40 anos se passaram desde a proposição da teoria da Folkcomunicação pelo professor pernambucano Luiz Beltrão. Esse contributo teórico à Comunicação, que ainda permanece sendo um dos mais originais pensamentos genuinamente brasileiros e que têm fortes contributos ao pensamento comunicacional brasileiro.

A busca de novas vivências científicas e da ampliação dos sujeitos-objeto da Folkcomunicação foi o principal motivo de realizar uma lincagem entre essa teoria e a Comunicação Alternativa, principalmente no sentido de ligar as duas áreas aos estudos comunicacionais brasileiros, tendo-se como mídia os meios virtuais.

Mostra-se como a Folkcomunicação instrumentaliza a Comunicação Alternativa, principalmente via a comunicação na Grande Rede, a Internet.

Tem-se como objeto de pesquisa a Folkcomunicação e seus novos instrumentos de comunicação alternativa na Internet e como problema da pesquisa a indagação de: como o alternativo vem sendo instrumentalizado pela folkcomunicação através da Grande Rede?

Envereda-se por três objetivos, onde procura-se mostrar como ocorre a instrumentalização pela folkcomunicação para a comunicação alternativa; e ainda: destacar as peculiaridades folkcomunicacionais como instrumentalização de uma comunicação alternativa; bem como refletir sobre o atual papel da Folkcomunicação e seu contributo para os estudos da virtualidade.

O trabalho divide-se em três momentos: dois de fundamentação teórica e um de análise. O primeiro momento faz uma reflexão das atuais conjunturas e desafios da Folkcomunicação no Brasil. O segundo momento destaca os novos caminhos da Comunicação Alternativa no País, principalmente em termos de novos nichos comunicacionais alternativos. O terceiro momento reflete a lincagem e os contributos da Folkcomunicação para a Comunicação Alternativa, mostrando-se as interligações entre essas duas áreas da Comunicação Social e a importância do estudo da diversidade de pensamento trazida pela atual conjuntura comunicacional.

Envereda-se por leituras clássicas da Folkcomunicação, desde o pensamento seminal de Luiz Beltrão, autor da teoria, aos pensamentos modernos, principalmente capitaneados por José Marques de Melo, Maria Cristina Gobbi, Fábio Corniani, Osvaldo Trigueiro, Betânia Maciel, Marcelo Pires, Roberto Benjamim, Cristina Schmidt, dentre outros estudiosos da área.



I – A FOLKCOMUNICAÇÃO NO ATUAL CONJUNTO COMUNICACIONAL BRASILEIRO

O termo Folkcomunicação foi seminalmente proposto em decorrência dos estudos do professor pernambucano Luiz Beltrão com sua tese de doutorado *Folkcomunicação – um estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Idéias*, apresentada em 1967 à UnB – Universidade de Brasília, onde o termo foi lançado ao pensamento comunicacional brasileiro como forma de fundamento teórico comunicacional.

Na tese, Luiz Beltrão destaca a Comunicação no Brasil Pré-Cabralino, no Brasil Colônia e em um terceiro momento destaca as manifestações e veículos folkcomunicacionais, trabalhando ênfases folkcomunicacionais orais (cantadores, caixeiros-viajantes e chefes-de-caminhão), escritas (folhetos, almanaques, folhinhas e livros de sortes) e a folkcomunicação opinativa (centros de informação, meios de expressão como queimas de Judá, serra dos velhos, carnaval, músicas populares, mamulengos, bumba-meu-boi, artesanato e artes plásticas populares).

Essa tese foi germinada de um artigo da revista *Comunicação & Problemas* (1965), tratando das esculturas, objetos, desenhos e fotografias depositadas pelos devotos nas igrejas, que possuíam nítida intenção informativa, começando-se a lincar os elementos populares e alternativos da cultura brasileira com uma instrumentalização comunicacional. Eram peças que deixavam de ser acerto de contas celestiais, veiculando jornalisticamente o potencial milagreiro dos santos protetores.

Luiz Beltrão foi um dos pioneiros na introdução do estudo científico da Comunicação no Brasil o que também ajudou a sedimentar a teoria proposta por ele.

Os primeiros ensinamentos folkcomunicacionais aporiavam-se nos ensinamentos do pesquisador austríaco, naturalizado norte-americano, Paul Felix Lazarsfeld, que dizia haver no processo da comunicação coletiva duas etapas significativas: a do comunicador ao líder de opinião e a deste ao receptor comum. Ou seja: havia uma mediação secundária do líder de opinião, batizado por Luiz Beltrão como líder folk, que mediava a informação para um público, que é o público folk, geralmente um público alternativo.

Através dos estudos de Paul Lazarsfeld iniciam-se as pesquisas de opinião pública, principalmente nos Estados Unidos, depois ganhando dimensão quase mundial. O livro *People's choice* (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet), publicado em 1941, estuda as



variações e condicionantes do comportamento dos eleitores na eleição presidencial de 1940 nos Estados Unidos, sendo uma das grandes obras influenciadoras anos depois da teoria da Folkcomunicação. Com isso, eles chegaram à conclusão de que as mensagens persuasivas atuam como reforço de atitudes previamente estabelecidas, havendo assim novos elementos para esse processo comunicacional⁴.

Lazarsfeld introduz em seus trabalhos científicos a presença dos líderes de opinião, levando à compreensão de certos pontos que precisavam ser esclarecidos dentro desse campo, como, principalmente, a participação dos líderes de opinião na decisão dos eleitores.

Em todo grupo existem indivíduos que tem mais contato com os meios de comunicação e, ao mesmo tempo, direcionam a comunicação interna do grupo, segundo o paradigma de L “*two steps flow of communications*”.

Este paradigma, cuja autoria é atribuída a Lazarsfeld, vai contra os conceitos da teoria hipodérmica onde “cada elemento do público é pessoal e diretamente ‘atingido’ pela mensagem” (LAZARFELD, 1964, 79).

Líderes de opinião são:

os indivíduos que recebem em primeira mão as informações dos meios para transmiti-las depois a pessoas desvinculadas disso, mas incluindo a sua própria interpretação da informação recebida. São pessoas que não se desviam de seus grupos; andam pelo mesmo caminho que os outros, mas adiante (TOUSSAINT, 1992, p. 32).

Partindo desses estudos, Luiz Beltrão identifica o processo folkcomunicacional.

Uma fonte transmite uma mensagem através de um canal, que no processo é representado pelos meios de comunicação de massa, chegando até uma audiência, onde estão contidos os líderes de opinião, estes intitulados por Beltrão como líderes-comunicadores.

Em um processo comunicacional padrão (fonte-mensagem-canal-receptor) o fluxo pararia por aqui. Mas no processo folkcomunicacional, neste ponto inicia-se um novo ciclo no fluxo da mensagem comunicacional.

⁴ Processo comunicacional é entendido pelo que é destacado por Vera Teixeira Aguiar (2004, p.11), como sendo para implicar na participação, interação entre dois ou mais elementos, troca de mensagens entre eles, um emitindo informações, outro recebendo e reagindo. Para que a comunicação exista, portanto, deve haver mais de um pólo; sem o outro não há partilha de sentimentos e ideias ou de comandos e respostas (AGUIAR, 2004, p.11).



Os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um canal folk, chegando então ao que Luiz Beltrão (1967) intitulou de audiência Folk.

A audiência folk é formada por grupos marginalizados da sociedade, porém há diversas conotações para a expressão marginal, por isso é importante definirmos uma que mais nos convém.

Tem-se como marginal “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p. 39).

Seguindo o pensamento de Beltrão existe ainda três tipos de grupos marginalizados que compõem a audiência folk: os grupos rurais marginalizados, os grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados, que mesmo hoje mesclados ainda são marginalizados, principalmente no sentido de acesso à serem agentes ativos no processo comunicacional.

Os grupos rurais marginalizados são constituídos de “habitantes de áreas isoladas (carentes de energia elétrica, vias de transporte eficiente e meios de comunicação industrializado), subinformados, desassistidos ou precariamente contatados pelas instituições propulsoras da evolução social e, em consequência, alheios às metas de desenvolvimento perseguidas pelas classes dirigentes do país” (BELTRÃO, 1980, p. 39).

Estas pessoas são na maioria dos casos analfabetas ou semi-analfabetas ou ainda analfabetas funcionais. Possuem um vocabulário peculiar, reduzido e extremamente regional.

Para se comunicarem, os grupos rurais marginalizados valem-se, preferentemente, de canais interpessoais diretos, como as conversas, o relato de “causos” e as normas e regras sociais, que são transmitidas através da oralidade pelos parentes, como pais, avós e irmãos mais velhos, e também através de líderes de sua comunidade, como pastores, velhos e etc.

Os grupos urbanos marginalizados caracterizam-se pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda. Esses grupos são formados por indivíduos que recebem pequenos salários, em empregos ou subempregos que não exigem mão-de-obra especializada, como construção civil, estiva, limpeza e conservação de edifícios, oficinas de reparos, trabalhos domésticos, ofícios e atividades as mais modestas (engraxates, remendões, bombeiros, ambulantes, olheiros e lavadores de carro etc.). Além de pequenos negociantes, servidores públicos subalternos, aposentados, menores



sem ocupação, biscateiros e pessoas que vivem de expedientes ilegais – “ladrões, prostitutas, proxenetas, passadores de ‘bicho’ e foragidos da justiça” (BELTRÃO, 1980, p. 55).

Estes grupos se concentram em favelas, construções populares de baixo custo ou nenhum custo em áreas periféricas dos centros urbanos.

A habitação, em si, também gera doenças e incapacidade para o trabalho e para a integração/ascensão social de tais indivíduos: em geral tem um só cômodo, construindo-se um prolongamento (puxado) para o fogão e o ‘quartinho’, em que se banham e atendem às suas necessidades fisiológicas. A água para beber e para a serventia vem às vezes de chafarizes públicos e, de outras, de poços cavados pelos próprios moradores, sem qualquer tratamento, diariamente recolhida em latas de querosene pelas mulheres (BELTRÃO, 1980, p. 56).

Este contexto citado por Beltrão permanece atual até os dias de hoje nos subúrbios dos centros urbanos, onde as pessoas se espremem em morros ou terrenos baldios, vivendo em barracos ou até casas de alvenaria, porém muito simples e normalmente muito pequeno.

Além dos problemas com a moradia, estas pessoas também sofrem dificuldades com o transporte, haja vista que, na maior parte, os bairros da periferia, como o próprio nome já sugere, ficam isolados geograficamente.

Os meios de transporte urbanos geralmente não chegam a esses bairros, fazendo com que a população recorra a meios de transporte alternativos como as lotações. Há também casos em que a única forma de se chegar a um local dentro de uma favela é andando, devido à precariedade das vias de acesso.

Os grupos urbanos marginalizados têm acesso limitado aos meios de comunicação de massa, principalmente devido a sua dificuldade na decodificação de suas mensagens.

Esta dificuldade surge pelo baixo nível educacional, pois grande parte das pessoas pertencentes a estes grupos não teve acesso a instituições de ensino. Ou pela falta de oportunidade ou falta de incentivo, formando desta forma uma grande massa de sub-letrados.

Outro motivo que gera dificuldade na decodificação das mensagens dos meios de comunicação de massa é a incompatibilidade da realidade que estes meios passam com a realidade em que estas pessoas vivem, gerando desta forma uma interpretação própria, adequando-se à sua realidade e vivência.



Realidade esta que está baseada em pobreza, violência, repressão, fome, preconceito. Enfim, um pacote de situações que estão presentes no dia a dia em um subúrbio.

Estes grupos são considerados marginais por constituírem-se de indivíduos que contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta à que está em vigência.

É importante salientar que os grupos culturalmente marginalizados estão contidos dentro dos grupos marginais urbanos e rurais, sendo que um indivíduo que pertence a um grupo culturalmente marginal, conseqüentemente estará dentro de um contexto rural ou urbano.

Existem três tipos de grupos culturalmente marginalizados que se distinguem pela sua maior freqüência em ações comunicacionais, estes são: o messiânico, o político-ativista e o erótico-pornográfico que, mesmo com a evolução dos meios de comunicação e do próprio acesso aos meios, ainda têm seus espaços entremeio a essas formas alternativas de se comunicarem.

O grupo folkcomunicacional messiânico é composto de:

seguidores de um líder carismático, cujas idéias religiosas representam contrafações, adulterações, exacerbações ou interpretações personalíssimas de dogmas e tradições consagradas pelas crenças ou denominações religiosas estabelecidas e vigentes no universo da comunicação social (BELTRÃO, 1980, p. 103).

Já o grupo folkcomunicacional político-ativista de acordo com a teoria da Folkcomunicação:

tem uma ideologia que a comunidade, em sua grande maioria, considera exótica ou insuportável. São indivíduos decididos a manter estruturas de dominação e opressão vigentes ou revolucionar a ordem política e social em que se fundamentam as relações entre os cidadãos, empregando a força como a arma principal para impor suas diretrizes (BELTRÃO, 1980, p. 104).

O grupo erótico-pornográfico é composto de pessoas que

não aceitam a moral e os costumes que a comunidade adota como sadios, propondo-se a reformá-los em nome de uma liberdade que não conhece limites à satisfação dos desejos sexuais e prática hedônicas consideradas perniciosas pela ética social em vigor (BELTRÃO, 1980, p. 104).



São grupos que hoje lincam para uma comunicação alternativa, ou também sendo considerada marginalizada.

A marginalização vem mudando, incluindo e excluindo, mas a Folkcomunicação permanece explicando uma série de fenômenos da comunicação contemporânea, sendo fortalecida pela nova cara da comunicação alternativa.

II – OS NOVOS CAMINHOS DA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA

Quando destaca-se a Comunicação Alternativa, há uma imersão por um tipo de comunicação diferente e emancipadora, principalmente em relação à comunicação massiva, não na forma do seu processo comunicacional, mas nas intenções para com o receptor desse processo.

A comunicação alternativa destaca-se frisando o poder difusor e diferenciador desse tipo de comunicação, principalmente no sentido de não ser mais uma forma de reprodução do massivo cultural, do massivo político, do massivo econômico, do massivo social encontrado na maioria das grandes redes de rádio, televisão, imprensa e, recentemente, da Internet.

A lincagem entre comunicação com o termo alternativo, que vem de alternância, de contraposição, deu-se no Brasil há mais de um século com as lutas urbanas operárias e camponesas e, principalmente, no período da Ditadura Militar, coincidentemente uma fase em que a Teoria da Folkcomunicação estava sendo apresentada e proposta no Brasil.

Enquanto aplicava-se à comunicação alternativa e formas mais populares e contra-hegemônicas de poder das grandes cidades como comunicação alternativa, nos rincões mais distantes e geralmente sem informação política ou com menos reverberação do sistema político-repressor do País, a Folkcomunicação era provada. Sendo duas denominações comunicacionais (alternativa e folkcomunicacional) contemporâneas e coexistentes.

A comunicação alternativa caracteriza-se como sendo contra-hegemônica, participativa, politizante, agregadora de grupos de lutas, bem como representante de grupos que não têm acesso à meios convencionais de comunicação e que, por motivos de sobrevivência do grupo ou de conquista de novos adeptos utiliza-se de canais convencionais ou formas inovadoras de comunicação para terem suas ideias e ideais



expressados e suas causas simpáticas a um público maior, cumprindo a função comunicacional de agregar emissores e receptores.

Esse tipo de comunicação pretende:

ser uma opção enquanto canal de expressão info-comunicativos frente à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora. Partindo desse pressuposto vem se desenvolvendo ao longo da história uma práxis comunicacional – teoria e prática – diversa e que se modifica em conformidade com o contexto histórico que se realiza (PERUZZO, 2008, p. 02).

Cicília Peruzzo (2008) ainda enfatiza que a comunicação alternativa é livre e se pauta desvinculando-se de aparatos governamentais e empresariais de interesse comercial e político/conservador. Sendo de constante recriação. Sendo também multifacetada e com confluências inseparáveis colocadas no seu percurso histórico e em manifestações contemporâneas.

O diferencial básico da teoria da Folkcomunicação é que a Comunicação Alternativa é um processo comunicacional diretivo, entre emissor e receptor, sem a necessidade de um líder folk, como é o caso da teoria Beltraniana, mas as intenções de ambas se coadunam e muitos dos grupos explicados pela teoria da Folkcomunicação se caracterizam como uma forma alternativa de comunicação.

É necessário, portanto, verificar como os avanços tecnológicos estão influenciando nessa produção de mídia alternativa e como essa produção pode afetar o monopólio midiático no mundo e todas as consequências que sua massificação cultural legaram ao mundo.

Cicília Peruzzo (2008, p.18) destaca que a comunicação mediada por computador está revolucionando os processos de comunicação alternativa, pois: “as possibilidades de novos formatos e feições, principalmente pelos mecanismos de hipertexto e da alta interatividade, lhe dão novo ânimo e novas caras”.

III – A INTERNET COMO IMPULSIONADORA DA COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA, VIA FOLKCOMUNICAÇÃO

A Internet como grande rede mundial de computadores impulsiona significativamente a comunicação alternativa, principalmente via preceitos folkcomunicacionais.



Outra coincidência histórica é que a Folkcomunicação foi proposta na mesma época em que a Internet dava seus primeiros passos como rede mundial. Primeiro essa rede esteve presente mundialmente para fins de defesa militar, para em um segundo momento (já na década de 1970) ser apropriada para fins acadêmicos e em um terceiro momento para fins sociais, ganhando lugar para a produção e socialização de conteúdo de entretenimento e informacional.

A Internet, que atualmente já está presente em boa parte do País, aumenta os canais de mediação comunicacional e, principalmente folkcomunicacionais, com mais espaços para os agentes marginalizados de outrora, bem como das vozes alternativas à mídia convencional tão permeados pela possibilidade alternativa da comunicação.

Uma dessas formas são a comunicação via agentes folks que, de forma alternativa, provam os postulados do pensador espanhol Manuel Castells (2003), que traz ensinamentos sobre redes sociais, chamando atenção para novos suportes tecnológicos de sociabilidade, via a grande rede mundial de computadores: a Internet. Essa rede mundial de computadores que cada vez mais ganha adeptos e usuários mudando, inclusive, os processos comunicacionais com forte evidência e atividade do receptor, antes tido como elemento secundário ou passivo no processo comunicacional. Esse receptor é o mesmo agente folk outrora proposto na teoria da Folkcomunicação de Luiz Beltrão, que hoje usa a grande rede de computadores para propagar suas ideias.

O grupo folkcomunicacional messiânico utiliza alternativamente a Internet para trazer seus preceitos, principalmente os grupos mais discriminados, como das religiões afro-brasileiras. Atualmente os altares virtuais⁵ crescem na Internet, inclusive já ganhando adeptos até da tradicional Igreja Católica que tem os maiores conglomerados comunicacionais massivos do País, com uma série de altares virtuais dedicados aos santos católicos, inclusive, como destacam Fábio Corniani e Tatiane Carvalho (2007) o altar virtual de São Frei Galvão⁶ já foi responsável pela mediação de milagres. Os autores enfatizam como culturalmente as pessoas a margem da sociedade, de forma alternativa esclarecem o fenômeno religioso do santo, usando o altar virtual.

O mesmo líder carismático proposto por Luiz Beltrão (1980) se apresenta virtualmente e de forma alternativa, principalmente, na Internet, dando voz a grupos que antes não tinham espaço, principalmente porque redes nacionais de rádio e televisão na

⁵ Exemplos de altares virtuais podem ser encontrados em: <http://www.anaflavia.com.br/altarvirtual/> que utiliza a grande rede como forma de publicizar uma comunicação alternativa religiosa, principalmente em relação aos credos e crenças mais antigas.

⁶ www.saofreigalvao.com



atualidade no Brasil ainda são privilégio de poucos grupos de igrejas católicas e evangélicas.

O grupo folkcomunicacional político-ativista é o que mais utiliza os espaços alternativos para dar ênfase às questões das mediações folkcomunicacionais. Nesse caso a Internet é mais utilizada através das comunidades virtuais de redes de relacionamento, sendo as principais no Brasil o Orkut⁷ e o Facebook⁸ com milhares de comunidades pro-candidatos, pro-movimentos populares, pro-movimentos alternativos, movimentos de protesto, onde mediadores e “donos” de comunidades agem alternativamente como líderes folk, mediando e traduzindo informações que ocorrem na sociedade ou na própria Internet.

O grupo folkcomunicacional erótico-pornográfico, rejeitado pela sociedade, como destaca Luiz Beltrão (1980) por não ser aceito moralmente, é o que mais utiliza, em forma de avatares⁹ para poder mediar folkcomunicacionalmente e de forma alternativa essa discriminação social.

Prova do poder das redes sociais, como o Orkut.

Com tamanha popularidade no Brasil o Orkut tem diversificado seu papel além de agregador de amizades, saindo do seu aspecto prioritariamente social, tendo, inclusive sendo caminho para publicidade, propaganda, marketing, humor e diversão, para discussões e acalorados debates, para buscas de amores, caminhos para repositórios de textos, para mapas e até para a profusão de crimes virtuais como calúnia, injúria, difamação, além de violências físicas, ameaças e do pior crime elencado pela Internet, a pedofilia. O que não tira o aspecto agregador e socializador dessa rede e de proporcionador de novas sociabilidades (BERTI, 2009, p.05-06).

A folkcomunicação tem um aparato mais cultural, enquanto a comunicação alternativa um aparato mais político, mas nenhuma das duas visões comunicacionais (nesse texto coexistentes) são desnecessárias e podem, principalmente levando-se em conta os grupos folkcomunicacionais, como nichos coexistentes e que beneficiam no íntimo o processo comunicacional e o agente prioritário do processo, que é o receptor.

A partir do momento que esses líderes folk agem alternativamente, galgando espaços outrora não conquistados, agem como grandes usuários da rede socializando a informação e preservando e ampliando suas culturas e vivências sociais, via processos comunicacionais.

⁷ www.orkut.com

⁸ www.facebook.com

⁹ Pseudônimos virtuais ou seres virtuais que simulam personagens na rede.



CONSIDERAÇÕES

Conclui-se a confirmação da ligação folkcomunicacional cada vez mais presente em uma forma alternativa de vivência comunicacional e que realmente a Folkcomunicação instrumentaliza o alternativo na Internet.

Mesmo havendo disparidade entre os dois conceitos, já que raramente tentou-se linca-los em estudos recentes da Comunicação no Brasil, e os mesmos serem pouco aplicados ainda no País, a Folkcomunicação vem ganhando ares alternativos cada vez maiores nos processos comunicacionais por causa da forma da própria rede de computadores, que é um grande conglomerado cada vez mais forte da horizontalidade da informação.

Prova disso são os postulados trazidos por Ilana Polistchuk e Aluizio Trinta (2003) ao explicarem que o papel vertical da mediação da informação está cada vez mais ligado, com importância do papel comunicacional de ambos atores do processo (emissor e receptor).

Folkcomunicacionalmente, o líder folk ganha novas roupagens também no processo comunicacional, via novas tecnologias, ajudando nessa mediação e, mais ainda, ampliando os canais, principalmente os alternativos, para que os grupos folk, também tidos como grupos alternativos (marginalizados, para ligar com a teoria folkcomunicacional) ganham espaços através da grande rede para seus lugares nos processos comunicacionais.

A instrumentalização da comunicação alternativa pela Folkcomunicação ocorre justamente nessa nova interação das comunidades virtuais ou de sítios da Internet como forma de dar vazão aos grupos marginalizados ou comunicacionalmente excluídos, que têm canais alternativos para dimensionar seus processos culturais, políticos, sociais, econômicos.

Peculiarizou-se folkcomunicacionalmente essa instrumentalização através da utilização ativa da rede mundial de computadores e de seus múltiplos canais, cada vez mais abrangentes e socializadores, mesmo ainda para os lugares mais afastados do País, mas que cada vez mais estão contando com acesso direto, ou via líderes folk dessa nossa comunicação mediada por computador.

Por isso a Folkcomunicação só se fortalece como forma alternativa e ativa nos processos comunicacionais da contemporaneidade sendo fortalecida cada vez mais com sua confluência via novas práticas da Internet.



REFERÊNCIAS

AGUIAR, Vera Teixeira de. **O verbal e o não verbal**. São Paulo: Unesp, 2004.

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

_____. **Folkcomunicação – um estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Idéias**. Brasília: Universidade de Brasília. Tese de Doutorado, 1967.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **O Orkut como instrumento de propaganda eleitoral extemporânea. O caso das comunidades virtuais orkuteanas e suas antecipações das eleições de 2010**. Marília: Universidade de Marília – CD-Rom dos Anais do XIII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana de Comunicação, 2009.

CARVALHO, Tatiane Eulália Mendes de; CORNIANI, Fábio Rodrigues. **O site folkcomunicacional milagroso**. Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa – CD-Rom dos Anais do X Congresso Brasileiro de Folkcomunicação, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet – Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

LAZARFELD, Paul. Os Meios de Comunicação Coletiva e a Influência Pessoal. In **Panorama da Comunicação Coletiva**. Rio: Fundo de Cultura, 1964.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Natal: CD-Rom dos Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008.

POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluísio Ramos. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

TOUSSAINT, Florence. **Crítica de la Información de Masas**. México: Trilhas, 1992.