



Folkcomunicação: revisitando a trajetória dos estudos da disciplina científica¹

Wendy Almeida de ARAÚJO²
Rosa BERARDO³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

Apresenta uma breve revisão dos caminhos conceituais, teóricos e metodológicos da folkcomunicação, a partir de sua criação na década de 60, por Luiz Beltrão. O objetivo é explorar as interfaces, fundamentações, desafios e maneiras de difusão da disciplina. Para tanto, o trabalho consiste em pesquisa bibliográfica e documental, através de publicações, textos e artigos disponibilizados em bases especializadas e na web. A justificativa para uma reflexão acerca desta disciplina científica se dá pela importância da legitimação do campo, que ainda não possui devido reconhecimento em alguns meios acadêmicos. A pesquisa consiste, portanto, em revelar que os estudos em folkcomunicação estão sendo atualizados continuamente por pesquisadores que buscam, principalmente, o fortalecimento do campo.

Palavras-Chaves: Folkcomunicação; Teoria; Cultura popular; Comunicação.

Introdução

As culturas populares, a margem da grande mídia, criaram espontaneamente um modo especial – próprio e não menos eficaz – de se comunicar. Um meio tradicional, mas com traços modernos, tradicional que se atualizou e consegue coexistir com a modernidade, ressignificando, por assim dizer, o próprio processo histórico. Este veículo comunicacional popular utilizado pelas camadas, rurais ou urbanas, marginalizadas culturalmente Luiz Beltrão (1967) classificou como folkcomunicação.

A folkcomunicação, como bem conceitua Marques de Melo (2008) se encontra na fronteira

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pela Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG-GO, email: wendypandell@gmail.com.

³ Orientadora. Professora do programa de pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás, email: rosa@rosaberardo.com.br.



entre a comunicação popular e a cultura de massa. São processos informacionais alternativos das culturas inferiorizadas e a margem da grande mídia. Alternativos, mas não exterior aos processos comunicacionais formais. O fluxo é bidirecional.

Estudar como se realizam esses fluxos bidirecionais e como se dá “os estudos dos agentes e meios de informação de fatos e expressão de ideias” é o objetivo deste trabalho. A gênese dessa teoria será revisitada no decorrer do estudo. Desde sua fundação, pelo brasileiro Luiz Beltrão na década de 60, até suas abordagens atuais.

A disciplina, apesar de consolidada, parece não ter merecido reconhecimento em alguns ambientes acadêmicos. Daí a importância de refletir a folkcomunicação. Outra abordagem importante a ser feita é sobre os obstáculos que ocasionaram certo atraso na consolidação do campo.

No decorrer da pesquisa tentaremos responder algumas indagações: Como se desenvolveu o campo da folkcomunicação? Qual a sua importância para a pesquisa acadêmica? O que está sendo desenvolvido através desse fenômeno atualmente? E por que estudar a folkcomunicação?

Para tanto, o trabalho consiste em pesquisa bibliográfica, através da revisão de fontes especializadas impressas e via *web* e também pesquisa documental dos estudos e teorias elaborados com base na teoria da folkcomunicação.

Dessa forma, com o objetivo de analisar não somente a gênese, mas a difusão da folkcomunicação, será possível identificar de que forma se realiza esse processo, tendo como agentes principais da transmissão das ideias de Beltrão os professores e pesquisadores que disseminam os conceitos teóricos da folkcomunicação, através da criação de instituições de pesquisa e do trânsito em congressos nacionais e internacionais sobre o campo.

O presente trabalho é apenas um ponto de partida para uma discussão que aponta que não existe apenas um caminho, pois servirá de base para demais produções científicas que almejem explorar, através de outras abordagens, a dimensão teórica da folkcomunicação.

Folkcomunicação: conceitos e abordagens teóricas

Anteriores ao surgimento da comunicação de massa, os conhecimentos, os saberes e informações eram passados de geração em geração pela tradição oral, ou escrita. As fronteiras da cultura erudita e da cultura popular se mostravam bem definidas.

Com o processo de industrialização e o crescimento das tecnologias da comunicação, as informações começaram a circular por chamadas “plataformas virtuais”, muitas vezes, inalcançáveis às comunidades rurais ou urbanas marginalizadas culturalmente. Este processo



incessante de desenvolvimento dos meios de comunicação de massa deu origem a chamada indústria cultural ou cultura de massa que, ao contrário da cultura popular, tem uma relação direta com a sociedade de consumo.

Esse processo foi estudado criticamente pelos teóricos frankfurtianos, principalmente, por Adorno e Horkheimer (1947) e denominado como cultura de massa, ou, mais tarde como indústria cultural. Esta Teoria Crítica atesta que o indivíduo nessa sociedade capitalista, massificada é apenas, e tão somente, um objeto. A mídia teria o poder de manipulação, alienação das massas e de determinação do consumo.

Ao tecer esta crítica aos meios de comunicação de massa, os frankfurtianos não sugerem nenhuma proposta para que os indivíduos não se tornassem subserviente ao capital e aos produtos midiáticos. Para eles não havia escapatória dos efeitos do industrialismo.

Entretanto, os estudos culturais surgem com pensamentos atualizados, ao propor novas relações entre a cultura de massa, os grupos e os indivíduos. A partir da década de 60, tanto na Europa quanto na América Latina, aparecem os primeiros estudos sobre as formas alternativas de comunicação, algumas relacionadas ao folclore, como um meio de resistência cultural à alienação e ao nivelamento da indústria massiva. Também como um meio de ressignificação da produção cultural das classes subalternas.

Nos estudos culturais britânicos a cultura deixa de ser encarada isoladamente e passa a ser vista como uma arena de luta social e política, ou um instrumento de poder. Hall, Tompson e Williams (1956) situam as formas culturais no âmbito em que serviam para aumentar a dominação social ou para possibilitar a resistência e a luta contra este domínio. A preocupação do grupo estava ligada à cultura popular, com a análise dos efeitos da nova sociedade das mídias e das maneiras de se combater as formas de dominação cultural.

Os veículos de comunicação popular, portanto, são meios que as culturas tradicionais criaram para coexistirem. É luta contra-hegemônica, como aponta os estudos culturais, não de superação, mas de reafirmação da identidade cultural. Marques de Melo (2008) complementa: “a folkcomunicação, por ser a comunicação em nível popular, é uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas se posicionarem no cenário globalizado.”

Vinculação tão estreita entre folclore e comunicação popular inspirou ao Autor a nomenclatura do processo, permitindo-o definir a folkcomunicação como o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore. (BELTRÃO, 1980)

O significado da palavra folkcomunicação deriva, conforme Beltrão, das palavras



chaves folclore e comunicação. Para melhor entender os processos folkcomunicaçãois se faz necessário, portanto, conceituar, mesmo que basicamente, estes dois termos.

Conforme Cascudo, folclore é a tradição dos nossos pais e tudo aquilo que se refere à preservação de um modo de ser de um povo, que percebemos na expressão da sua religiosidade, na sua culinária, nas suas festas comemorativas etc. É o patrimônio tradicional de uma nação.

Todos os países do mundo, raças, grupos humanos, famílias, classes profissionais possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente e é defendido e conservado pelo costume. Esse patrimônio é milenar e contemporâneo. Cresce com os conhecimentos diários desde que se integram nos hábitos grupais, domésticos ou nacionais. Esse patrimônio é o FOLCLORE. (CÂMARA CASCUDO, 1967)

Algumas comunidades populares não utilizam esse termo para definir suas manifestações por haver estereótipos que tratam o folclore como um costume somente diversionista e espetacular. Beltrão alerta para esta questão:

O encanto do folclore, o seu pitoresco, a sua cor, tudo quanto de curioso, desafiador e até esotérico que contém suas formas leva o pesquisador muitas vezes a cingir-se ao significado manifesto, estratificado da mensagem, à aceitação pura e simples do caráter tradicional de que se reveste. Escapa-lhe, desse modo, a possibilidade de interpretá-lo, de penetrar o sentido latente da manifestação folclórica, decodificando com mais rigor a mensagem (...). (BELTRÃO, 1984, p. 73)

Desse modo, deve-se atentar que na teoria da folkcomunicação o folclore é compreendido no sentido oculto, nas entrelinhas da manifestação, buscando desvelar as expressões e transmissões de ideias, costumes e saberes.

Voltando-se para o sentido da palavra comunicação nos deparamos com um artifício inato do ser humano. Desde o nascimento até a morte o homem desenvolve maneiras de se comunicar uns com os outros buscando atender suas necessidades e manifestar suas ideias.

A palavra falada, diretamente ou pelo telefone ou pelo rádio, a palavra escrita ou impressa, transmitida pessoalmente, pelo correio, pelo telégrafo ou qualquer outro meio – são formas óbvias e comuns de comunicação. Há, porém, muitas outras. Um aceno de cabeça, uma piscadela, a batida de tambor na selva, um gesto reproduzido numa tela de televisão, o piscar de um farol, um trecho de música que lembra algum fato passado, sinais de fumaça no deserto, os movimentos e a postura num balé – são todos eles, meios de que os homens se utilizam para transmitir ideias. (WEAVER, W. A. 1977, p. 25)

Considerando o exposto, a folkcomunicação pode ser classificada como a forma de um povo, de um grupo, ou uma comunidade - que não se utiliza dos meios formais de



comunicação - transmitir sua cultura, seus pensamentos, sua maneira de viver.

Os processos folkcomunicacionais podem ocorrer de diversas formas, por exemplo, através das danças, festejos religiosos e de passagem, através da literatura oral, nos versos cantados, no cordel ou mesmo na música de instrumentos tradicionais desse povo.

Conforme Beltrão (1967), as formas de expressão das camadas populares continuam sendo ignoradas pelas elites das massas, porém, o povo resiste à indústria cultural e defende suas tradições e memórias. “Através de alternativas simples e rudimentares lutam para manter vivo esse espírito popular, essa arte pura e própria que é inconfundível.”

Hohlfeldt (2003, p. 01) interpreta este fenômeno da seguinte forma: “o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações (...) ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.”

Marques de Melo (2008) também situa esta teoria na fronteira entre o folclore e a comunicação massiva. Barbero (1989) complementa que já não é possível pensar o massivo como algo exterior ao popular. Assim, pensar o popular por meio do massivo não significa, ao menos não automaticamente (como aponta a Teoria Crítica) alienação e manipulação, e sim novas formas de existência e luta.

- **O líder de opinião ou agente comunicador folk**

Ao criar a teoria da folkcomunicação Beltrão buscou suporte nos estudos norte-americanos desenvolvidos por Lazarfeld (1944) sobre o papel do líder de opinião e o fluxo da comunicação a dois níveis.

Os agentes comunicadores folk, assim denominados por Beltrão, assumem o papel de tradutores, ou recodificadores, das mensagens produzidas pela grande mídia para a recepção das comunidades rurais ou urbanas marginalizadas culturalmente. Sua função é reconverter as informações.

Contudo Beltrão desenvolve uma abordagem mais sistemática sobre a influência do líder de opinião nas comunidades populares. O agente folk possui ligação direta ou indireta, com as manifestações folclóricas e consegue dialogar em dois níveis, tanto na linguagem popular, quanto na linguagem massiva. Portanto, o processo se realiza de forma bidirecional e bipolar, ao contrário do modelo norte-americano, que sugere um processo linear.

A Folkcomunicação parte dos pressupostos funcionalistas, com vistas ao diálogo, ao desenvolvimento, à integração social, às transformações sociais e



à interrelação, principalmente, dos sistemas comunicacionais, formais e informais, fazendo fluir a informação no espaço social, vencendo a “incomunicação” (...). (AMPHILO, MARIA ISABEL, 2011, p. 6)

O agente folk assume, contudo, um papel sócio-cultural de reconhecimento comunitário e sentimento empático. É possível considerá-lo como um mediador que busca amenizar as reconversões realizadas pela cultura popular, que muitas vezes ocorrem de maneira penosa.

De acordo com Marques de Melo (2008, p. 29), Luiz Beltrão soube reconhecer nos agentes de folkcomunicação, um caráter nitidamente institucional, “semelhante aquele que Barbero atribuiria mais tarde aos agentes educativos, religiosos ou políticos, nas sociedades urbanas metropolitanas”.

- **Folkmídia: o processo no inverso**

A folkmídia pode ser caracterizada como o processo inverso da manifestação folkcomunicacional, pois é a apropriação da cultura popular pelos meios de comunicação de massa. Como destaca Luyten (2000), “campo de estudos da comunicação que se propõe a investigar a presença de elementos da cultura popular na mídia de massa e analisar a maneira como são utilizados.”

No pensamento de Morin (1989) a cultura de massas se apropria até do que é contra o sistema. Tudo ela transforma em produto. Daí uma explicação da folkmídia, a apropriação da cultura popular pela indústria cultural. Mesmo resistindo a dominação, ao nivelamento pela cultura internacional, o capitalismo se utiliza das produções culturais populares para estilizar e comercializar alguns de seus aspectos.

De acordo com Schmidt, “na sociedade capitalista e globalizada as manifestações vão pouco a pouco se coisificando” (SCHMIDT, 2006, p. 209-210). Nesse aspecto, o popular não é monopólio dos setores populares.

Canclini (1998, p. 220 apud ARAÚJO, 2010) afirma que nas sociedades modernas uma pessoa pode participar de diversos grupos folclóricos, “[...] é capaz de integrar-se sincrônica e diacronicamente a vários sistemas de práticas simbólicas: rurais e urbanas, suburbanas e industriais, microsociais e do mass mídia”. E isso se tornou mais visível com o crescimento e a difusão das tecnologias da comunicação e informação.

No novo contexto industrializado, a cultura popular vai adequando suas manifestações de modo a tornarem-se produtos comercializáveis, voltada para o capital e lucro e os agentes dessa produção se inserem na dinâmica dessa sociedade. Os processos folkmediáticos

representam, dessa forma, os fluxos bidirecionais da folkcomunicação, suas imbricações, apropriações, hibridismos e mediações.

- **Metodologia e taxionomia**

Metodologicamente, a folkcomunicação é trabalhada a partir de pesquisa de campo, observação exploratória e pesquisa documental, através de métodos de observação, investigativo, descritivo e, às vezes, comparativo.

Para facilitar e sistematizar a metodologia da pesquisa em folkcomunicação José Marques de Melo, em 1979, desenvolveu uma matriz taxionômica classificando a folkcomunicação em gêneros, formatos e tipos.

De acordo com Marques de Melo (2008) o gênero representa a forma de expressão determinada pela combinação de canal e código. O formato é a estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor) e o tipo é a variação estratégica determinada pelas opções simbólicas do emissor, bem como por fatores residuais ou aleatórios típicos da recepção.

Através desta tipologia da folkcomunicação, Marques de Melo, propõe aos pesquisadores “exercícios de comprovação da aplicabilidade deste esquema” (que será apresentado resumidamente nas tabelas 01, 02 e 03). A proposta é inventariar fontes documentais dos processos folkcomunicacionais para validar a disciplina no âmbito das ciências da comunicação.

TAXIONOMIA DA FOLKCOMUNICAÇÃO (MARQUES DE MELO, 1979)

TABELA 01 – OS GÊNEROS FOLKCOMUNICACIONAIS

GÊNERO	CANAL E CÓDIGO
<i>Folkcomunicação oral</i>	canal auditivo / códigos verbal/musical
<i>Folkcomunicação visual</i>	canal ótico / códigos lingüístico/pictórico
<i>Folkcomunicação icônica</i>	canais ótico/táctil / códigos estético/funcional
<i>Folkcomunicação cinética</i>	múltiplos canais / códigos gestual/plástico

TABELA 02 – OS FORMATOS

GÊNERO	FORMATOS
<i>Folkcomunicação oral</i>	Canto, Música, Prosa, Verso, Colóquio, Rumor, Tagarelice, Zombaria, Passatempo, Reza
<i>Folkcomunicação visual</i>	Escrito, Impresso, Mural ou Pictográfico
<i>Folkcomunicação icônica</i>	Devocional, Diversional, Decorativo, Nutritivo, Bélico, Funerário, Utilitário
<i>Folkcomunicação cinética</i>	Agremiação, Celebração, Distração, Manifestação, Folguedo, Festejo, Dança, Rito de passagem

TABELA 03 - FORMATOS E TIPOS

EXEMPLO DE FORMATO	GENERO A QUE PERTENCE	TIPOS
<i>Passatempo</i>	Oral	Adivinhação; Charada; Provérbio
<i>Impresso</i>	Visual	Almanaque de cordel; Almanaque de farmácia; Graça alcançada; Literatura de cordel; Literatura mediúnica; Livro de sorte; Oração milagrosa; Panfleto; Santinho de propaganda; Volante publicitários; Xilogravura popular
<i>Devocional</i>	Icônica	Amuleto; Ex-voto (promessa); Imagem de santo; Medalha; Presépio
<i>Agremiação</i>	Cinética	Bloco carnavalesco; Clube de mães; Comunidade de base; Escola de samba; Escola dominical; Mutirão; Troça

- **Desafios em campo**

Divergências entre comunicólogos e alguns folcloristas, sociólogos e antropólogos ortodoxos, foi um dos obstáculos que dificultaram o desenvolvimento da folkcomunicação. O campo da cultura popular vinha sendo estudado até então num viés reducionista de conservadorismo da tradição. Os comunicólogos, por sua vez, buscaram explorar o campo a partir de suas relações, interconexões e imbricações com os *mass mídia* e as novas tecnologias em geral. (Marques de Melo, 2008)

(...), pois é tempo de não continuarmos a apreciar nessas manifestações apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversionista, mas procuramos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. (BELTRÃO, 1965, p. 10)

Em sua tese de doutorado sobre a disciplina científica, Amphilo (2010) ressalta que a



Folkcomunicação vem fechar essa brecha teórica e conceitual.

(...) uma realidade do cotidiano que, antes, era descartada pelos investigadores, que se detinham na comunicação formal, que era perceptível, porém, não explorada devidamente por antropólogos, sociólogos e linguistas. Faltava-nos o estudo dos grupos sociais e seu poder persuasivo (...) É no grupo que o ser humano massificado retoma sua identidade e pode ter sua liberdade de expressão resgatada. (AMPHILO, MARIA ISABEL, 2011, p. 8)

De acordo com Marques de Melo (2008), os pesquisadores pioneiros que se preocuparam em pesquisar o folclore e a cultura popular no Brasil e a sua relação com os meios de difusão simbólica formal e informal, além de Luiz Beltrão, foram: Gilberto Freyre, Florestan Fernandes e Darcy Ribeiro, bem como folcloristas como Edison Carneiro e Câmara Cascudo, que registrou em seu dicionário conceitos como os de folclore, literatura oral, sendo sua obra considerada como um estudo sistemático de nosso folclore. Como também, o trabalho de Mário de Andrade, de resgate do folclore nacional.

A primeira geração da Folkcomunicação (década de 60-70) surge no período da ditadura militar, tratar de Folkcomunicação, enquanto “comunicação dos marginalizados”, ou “das classes subalternas”, nessa época de restrições e censuras, era um assunto delicado.

A censura era tão veemente que a primeira parte da tese de Beltrão, defendida em 1967, foi suprimida para sua primeira publicação, em 1971. Já o título, Beltrão só o recebeu com a abertura política do país, em 1981, 14 anos depois da sua defesa, na Universidade de Brasília.

Com a abertura política do país, em 1979, e a possibilidade de se publicar sobre Folkcomunicação, sem ter a preocupação de uma perseguição política e ideológica, Beltrão publica a obra *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados* (1980), pela Editora Cortez. No livro o autor realiza atualizações nos fundamentos originais da teoria. (AMPHILO, 2011)

A partir dessa publicação, várias outras obras de qualidade e relevância teórica foram escritas sobre a temática, além de teses, dissertações, monografias e artigos. Porém, apenas as que abrigam uma visão panorâmica sobre a folkcomunicação serão citadas.

A tese de doutorado *Notícia na literatura de cordel* (1984) e o livro *Sistemas de Comunicação Popular* (1988), de Joseph Luyten; o livro *Folgedos e danças de Pernambuco* (1989) a coletânea *A fala e o gesto: ensaios de folkcomunicação sobre narrativas populares* (Org. 1996), o livro *Folkcomunicação no contexto da massa* (2000), de Roberto Benjamim. A obra *Folkcomunicação, um estudo dos agentes e dos meios de informação de fatos e*



expressão de ideias, a editora PUCRS, por iniciativa de Antonio Hohlfeldt, publica a tese completa de Beltrão (2001).

Também é relevante citar a antologia *Mídia e Folclore: o estudo da Folkcomunicação* segundo Luiz Beltrão, publicação da Faculdade Maringá contendo ensaios (2001); a coletânea *Folkcomunicação: teoria e metodologia* de Beltrão publicada pela Editora Metodista, a antologia organizada por Sebastião Breguez, *Folkcomunicação: resistência cultural na sociedade globalizada* (2004); a obra coletiva *Folkcomunicação na arena global*, organizado por Cristina Schmidt (2006).

Por fim, uma importante fonte de pesquisa bibliográfica, o livro *Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação* de José Marques de Melo (2008). Essa obra explora bem a temática e foi de relevante para o embasamento do trabalho.

Conquanto exista uma variedade de escritos sobre os processos folkcomunicacionais, atualmente, um desafio que dificulta a expansão do campo está na escassez de referências bibliográficas sobre a temática, tanto de títulos publicados quanto de edições disponíveis nas bibliotecas e livrarias.

Marques de Melo atesta:

Cresce o interesse na nova geração acadêmica pela folkcomunicação. Entretanto, os livros onde estão definidos os pressupostos teóricos e metodológicos dessa linha de pesquisa (...) se esgotaram. Eles nem sequer estão disponíveis nas bibliotecas das novas universidades brasileiras, dificultando assim o acesso dos novos leitores, ávidos de conhecimento. (MARQUES DE MELO, 2008, p. 49)

- **Difusão da Folkcomunicação**

O que atenua a falta de fontes bibliográficas impressas é a difusão da folkcomunicação através de outras plataformas. O campo começou a se desenvolver na década de 1990, devido ao incentivo da Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação, com a criação da Rede Folkcom, como também, através da formação de Grupos de Estudos em Folkcomunicação em congressos (como o Intercom, Alaic, Lusocom e o Congresso do Folclore Brasileiro).

- ❖ **Rede Folkcom**

A Rede Folkcom - Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação – é uma organização não governamental que busca o desenvolvimento de atividades ligadas a Folkcomunicação. A organização está registrada seguindo os critérios legais para sociedades



civis sem fins lucrativos, e é administrada por uma diretoria executiva, por um conselho administrativo e por um conselho fiscal.

A idéia de criar uma rede de pesquisadores da folkcomunicação nasceu, durante as discussões realizadas no seminário internacional sobre as identidades culturais latino-americanas, promovido pela Umesp em 1995, como evento preparatório para a instalação da Cátedra Unesco de Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo.

Sob a coordenação do professor José Marques de Melo, os pesquisadores se reuniram e organizaram a I Conferência Brasileira de Folkcomunicação, realizada na UMESP, em agosto de 1998, onde foi criada a Rede Folkcom.

Desde então, os pesquisadores da Rede vem assumindo um papel decisivo no resgate do pensamento comunicacional de Luiz Beltrão. Entre outras contribuições de Beltrão, Marques de Melo destaca "as idéias sobre interação entre cultura popular, cultura midiática e cultura erudita, decisivas para neutralizar o preconceito que certos segmentos da nossa intelectualidade esboçam em relação ao saber popular".

A Rede Folkcom desenvolve uma série de atividades relacionadas à pesquisa em folkcomunicação. Realiza anualmente uma Conferência Internacional que reúne centenas de participantes. Além disso, promove seminários regionais e atividades de pesquisa em diversas Universidades do País. Os trabalhos resultantes desses eventos, e as atividades desenvolvidas pelos pesquisadores são divulgados na Revista Internacional de Folkcomunicação, no Jornal da Rede Folkcom, e a no portal on line da Rede, no banco de textos. O Portal da Rede Folkcom surgiu no mês de abril de 2007⁴.

❖ Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação - Intercom

O Núcleo de Pesquisa em Folkcomunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) se dedica ao 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" (Beltrão, 1967).

São objetivos do NP: estudar a interface que une a Comunicação e a Cultura Popular (folclore); oferecer condições para uma reflexão permanente e aprofundada da cultura popular brasileira e seus impactos na mídia; possibilitar a troca de experiências entre teoria e prática, bem como o diálogo interdisciplinar dos pesquisadores que atuam na área de Folkcomunicação.

O núcleo explora as seguintes interfaces: teoria e metodologia da folkcomunicação;

⁴ Informações obtidas no Portal da Rede Folkcom. Disponível em: <www.redefolkcom.com.br>.



folclore, cultura erudita e cultura de massa; manifestações espontâneas da folkcomunicação; intermediações folk-midiáticas e publicidade; intermediações folk-midiáticas e relações públicas; intermediações folk-midiáticas e religiosas; intermediações folk-midiáticas na literatura; intermediações folk-midiáticas nas telenovelas; intermediações folk-midiáticas no cinema e intermediações folk-midiáticas e turismo.

As seções temáticas se subdividem em: folkcomunicação, teoria e metodologia; folclore, cultura erudita e cultura de massa; manifestações espontâneas da folkcomunicação; folkcomunicação turística e intermediações folkmidiáticas na comunicação social (Jornal, Rádio, TV, Publicidade/Propaganda, Cinema).

A formação de Núcleos de Pesquisa e Grupos de Trabalho, como do Grupo de Trabalho em Folkcomunicação na Alaic; além de grupos que vem sendo formados em outros congressos, a cada ano, como o GT formado no Lusocom e o GT formado no Congresso Brasileiro de Folclore, aglutinam pesquisadores, que apresentam seus trabalhos, proporcionando a difusão da Folkcomunicação e o debate construtivo de novas idéias e conceitos, gerando o fortalecimento da área.

Outra forma de contribuição para o crescimento do campo é o movimento de internacionalização da Folkcomunicação, através do trânsito de pesquisadores num fluxo e contra-fluxo. Pesquisadores brasileiros que participam de congressos no exterior levando a Folkcomunicação enquanto teoria da comunicação e enquanto disciplina científica; e o movimento contrário de pesquisadores de outros países da América Latina, Europa e África, que começam a trabalhar a comunicação popular a partir da Folkcomunicação. (AMPHILO, 2011)

❖ **Revista Internacional de Folkcomunicação**

A Revista Internacional de Folkcomunicação (on line) é um espaço editorial para publicação de trabalhos, reflexões e pesquisas em torno da folkcomunicação (com base na perspectiva conceitual de Luiz Beltrão), seja enfocando aspectos interdisciplinares, propostas e estratégias metodológicas de estudos afins ou resultados de investigações folkcomunicacionais. A Revista (RIF) é editada pela Rede Folkcom, em parceria com a Agência de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR). Com periodicidade semestral, a Revista Internacional de Folkcomunicação é publicada no final dos meses de junho e novembro.

Dentre os estudiosos que disseminaram, e/ou ainda atualizam e disseminam, o pensamento de Beltrão destacam-se: José Marques de Melo, Roberto Benjamim, Oswaldo



Trigueiro, Joseph Luyten, Cristina Schmidt, Cristina Gobbi, Sebastião Breguez, Antonio Hohlfeldt, Samantha Castelo Branco, Severino Lucena, Rosa Nava, Betânia Maciel, Érica de Oliveira Lima, Marlei Sigrist e Walmir de Albuquerque. (MARQUES DE MELO, 2008)

Considerações Finais

Após essa revisão conceitual e teórica é possível perceber que o campo de folkcomunicação surgiu com uma proposta de estudar as informações implícitas nas manifestações folclóricas, mediadas pelos agentes comunicadores folk. Por conseguinte, o campo foi se desenvolvendo através de continuas atualizações pelos pesquisadores, exegetas e seguidores de Beltrão. Estes “outros olhares” revelaram novas interfaces nos processos folkcomunicacionais.

Apesar dos desafios enfrentados, o campo da folkcomunicação conseguiu ser legitimado como a principal teoria brasileira e como disciplina científica. Atualmente, ocupa um lugar relevante na pesquisa acadêmica das ciências da comunicação e através da Rede Folkcom, dos núcleos de pesquisa, dos grupos de trabalho, das conferências, congressos e seminários, a área continua em evolução.

A importância em pesquisar objetos folkcomunicacionais, todavia, está na difusão e no fortalecimento do campo, mas, principalmente, em estudar as manifestações da cultura popular a partir do seu caráter informacional e da sua luta contra-hegemônica, não as reduzindo em formas espetaculares. Percebendo como as tradições populares, ditas “sugadas” pela indústria cultural, e a comunicação massiva conseguem coexistir nesta sociedade globalizada permeada por sistemas midiáticos tecnológicos.

Referências Bibliográficas

HORKHEIMER, Max; ADORNO, T. W., *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

AMPHILO, Maria Isabel. Folkcomunicação: por uma teoria da comunicação cultural. **Revista Internacional de Folkcomunicação** – v. 1, 2011.

ARAÚJO, Wendy Almeida. Tambores do Tocantins: tradições e saberes musicais através da Folkcomunicação. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2010. **Anais eletrônicos...** Goiânia, 2010. CD-ROM.

BARBERO, Jesus Martin. A Comunicação no Projeto de Uma Nova Cultura Política. In: MELO, José Marques de (org.). **Comunicação na América Latina: Desenvolvimento e crise**. Campinas, SP: Papyrus, 1989.



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 expressões de ideias. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

_____, Luiz. **Teoria da folkcomunicação: os agentes folclóricos como líderes de opinião**. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/luizbeltrao/luizbeltrao.htm>>. Acesso em: 03 Fev. 2010.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A. 2003. 7ª ed. ou reimpressão.

LUYTEN, J. Folkcomunicação no contexto de massa. In: **Comunicação e Sociedade**, nº 34 p. 211-215. São Bernardo do Campo: UMESP.

MELO, José Marques de. **Mídia e Cultura Popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

HOHLFELDT, Antônio. “Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos Estudos Culturais”. In: **PCLA** – vol 4, nº 2, 2003. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/revista14.htm>. Acesso em: 6 jul. 2011.

REDE FOLKCOM – **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Disponível em: <www.metodista.br/unesco>. Acesso em: 6 jul. 2011.

SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina. In: **Bibliocom**. Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Ano 1, edição bimestral, nov. e dez. 2008. Disponível em: <www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf>. Acesso em: 29 Jan. 2010.

WEAVER. W. A. Teoria Matemática da Comunicação. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1977.
a norma da ABNT 6023.